

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Selama melakukan proses kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *Brand and Communication* departemen *corporate communication* di dalam *team external communication* dengan Leonardus Vicko Nugrahady yang menjadi pembimbing lapangan. Selain menjadi anggota dari *external communication* juga merangkap menjadi penanggung jawab dalam *corporate social responsibility* di Adira Finance divisi *Brand and Communication*.

Secara garis besar, jabatan yang diterima oleh penulis adalah sebagai *External Communication Intern*. Dimana di dalam pelaksanaannya selain mendapatkan tugas sebagai *external communication*, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk menjalani aktivitas *corporate social responsibility* bersama dengan pembimbing lapangan sehingga penulis mendapatkan pengalaman sebagai seorang *External Public relations* yang baik.

Selama berada pada *team external communication*, selain mendapatkan pekerjaan dari *user/mentor*, penulis juga mendapat pekerjaan dari *assistant manager* dan juga membantu pekerjaan teman intern dan mentornya jika sedang memiliki pekerjaan yang berlebihan.

#### **3.2 Tugas yang dilakukan**

*Timeline* dari pengerjaan tugas yang dilakukan oleh penulis selama menjalani proses kerja magang ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Aktivitas Kerja Magang**

Aktivitas Praktik Kerja Magang	Minggu Ke-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<i>External Communication</i>														
Monitoring media sosial		■	■	■	■	■	■							
Monitoring Website	■	■	■	■	■	■								
MoM Rapat	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Presentasi Monitoring Report						■								
Presentasi Proposal Event									■					
<i>corporate social responsibility</i>														
Membuat review proposal	■													
Membuat konten media sosial				■					■				■	
Membuat proposal acara							■							
<i>Media Planning Event</i>							■							
Membuat checklist Corporate Social Responsibility				■	■									
Implementasi Corporate Social Responsibility									■	■	■	■	■	■

(Sumber : Data Olahan Penulis, 2020)

### 3.3 Uraian pelaksanaan Kerja Magang

Selama tiga bulan pelaksanaan kerja magang, tugas dan tanggung jawab yang diberikan semakin meningkat kesulitannya, sehingga penulis benar-benar belajar bagaimana dapat berkembang dan bekerja di dalam tim.

### **3.3.1 External Communication**

#### **3.3.1.1 Monitoring media sosial**

Salah satu aktivitas yang dilakukan sebagai salah satu anggota dari *external communication* adalah melakukan *media monitoring*. Dalam hal ini yang dilakukan penulis adalah melakukan *media monitoring* dari *media sosial* baik instagram, facebook dan twitter untuk mencari pemberitaan mengenai Adira Finance dan memberikan *tone* terhadap pemberitaan tersebut.

Media monitoring ini dilakukan secara manual. Hal yang dilakukan oleh penulis adalah melihat seluruh media sosial yang dimiliki oleh Adira Finance (Instagram, Youtube, Twitter, Facebook), lalu memberikan *tone* pada komentar yang ada dan setiap hari diberikan kepada mentor untuk dilakukan evaluasi. Jika ada *tone negative* yang terus-terusan ada berasal dari satu sumber maka dilakukan evaluasi terhadap masalah yang ada.

#### **3.3.1.2 Monitoring Website Sahabat Lokal**

Pada pelaksanaan pekerjaan ini, penulis melakukan *monitoring* keseluruhan terhadap *website* Sahabat Lokal untuk menemukan apakah terdapat *bug/system error* dalam *website*.

#### **3.3.1.3 Membuat MoM rapat**

*Minutes of meeting* atau MoM merupakan catatan yang berisikan kesepakatan hasil rapat. Pada pelaksanaannya, penulis diberikan kesempatan untuk mengikuti setiap *meeting* yang ada dan membuat MoM berdasarkan hasil *meeting*.

MoM dibuat untuk menjadi pengingat antara pihak yang mengikuti *meeting*. Hal yang penulis lakukan adalah ketika MoM selesai dibuat, maka penulis akan mengirimkannya ke mentor. Setelah itu, mentor akan *forward* hasil MoM kepada para peserta *meeting*.

### **3.3.1.4 Membuat presentasi monitoring report**

*Monitoring report* berguna untuk perbaikan yang akan dilakukan. Dalam implementasinya, penulis melakukan presentasi *monitoring report* dan memberikan saran yang akan dipakai dan berguna untuk memperbaiki *website* yang dimiliki.

### **3.3.1.5 Membuat presentasi proposal event**

*Event* yang dilakukan oleh Adira Finance sangatlah banyak. Dalam hal ini, presentasi proposal *event* yang dibuat oleh penulis adalah mengenai usulan lomba dalam *corporate social responsibility* Adira Finance. Selain itu, penulis juga membuat presentasi mengenai program kerja adira yang akan berjalan di 2021.

### **3.3.1.6 Membuat Konten untuk media sosial**

*External Communication* memiliki tugas untuk mengisi satu spot di hari sabtu untuk konten positif. Penulis diberi kesempatan untuk mengisi konten tersebut selama beberapa minggu. Terdapat kerangka dalam pembuatan konten dan konten tersebut di *upload* di media sosial Adira Finance (Instagram, Facebook, Twitter, dan LinkedIn).

### **3.3.2 Corporate Social Responsibility**

Kotler dan Lee (2005) dalam (Rakhmawati & Sani, 2016) membagikan enam alternatif dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* yang dapat digunakan oleh perusahaan :

#### *1. Cause Promotion*

Perusahaan melakukan *corporate social responsibility* untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa terdapat masalah sosial pada lingkungannya dan harus diselesaikan.

## 2. *Cause Related Marketing*

Perusahaan melakukan *corporate social responsibility* dengan melakukan pertimbangan bahwa yang akan diberikan kepada *corporate social responsibility* memiliki persentase jumlah tertentu dari target marketing yang sudah dilakukan.

## 3. *Corporate Social Marketing*

Perusahaan melakukan kampanye untuk memberikan *awareness* dan mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan membangun tingkat kesadaran akan kesehatan, keselamatan publik, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menjaga lingkungan sekitar.

## 4. *Corporate Philanthropy*

Perusahaan memberikan bantuan secara cuma-cuma dalam bentuk hibah, sumbangan atau sejenisnya dan tidak melakukan rencana keberlanjutan.

## 5. *Community Volunteering*

Perusahaan mendorong para pekerja, mitra usaha atau rekan pedagang untuk sama-sama menyisihkan waktunya untuk menyisihkan waktu dan tenaganya untuk menjalankan program yang ada untuk masyarakat.

## 6. *Social Responsible Business Practices*

Perusahaan memberikan investasi yang mendukung pemecahan masalah yang terdapat dalam masyarakat yang menjadi target untuk dapat mensejahterakan komunitas dalam hal kesehatan, keselamatan maupun kebutuhan mental dan melindungi lingkungan sekitar.

### **3.3.2.1 Peran serta penulis dalam melakukan corporate social responsibility Festival Pasar Rakyat 2020**

#### 1. Membuat *review* proposal

Festival Pasar Rakyat adalah salah satu kegiatan *corporate social responsibility* yang setiap tahun diadakan oleh Adira Finance. Namun akibat pandemi covid-19 kegiatan *corporate social responsibility* ini

harus merombak kegiatan yang setiap tahun dilaksanakan, yaitu dari yang setiap tahun mengunjungi pasar rakyat menjadi bentuk pelatihan secara daring.

Penulis diberi kesempatan untuk memberikan *review* mengenai proposal yang diberikan oleh *Event Organizer* terhadap pihak Adira Finance mengenai pelaksanaan. Selanjutnya, tidak berhenti sampai disitu, Adira Finance juga memberikan kesempatan untuk penulis mengemukakan pendapat mengenai apa yang baik dan tidak dilakukan, sehingga munculah ide mengenai salah satu lomba yang akan dilaksanakan pada Festival Pasar Rakyat.

2. Membuat Proposal Acara dalam *corporate social responsibility*

Penulis diberi kesempatan untuk mengimplementasikan ide yang diberikan, maka dari itu penulis dibantu dengan salah satu teman di divisi membuat dan merancang proposal dari mulai latar belakang hingga hari pelaksanaan kegiatan lomba yang menjadi bagian dari *corporate social responsibility* Festival Pasar Rakyat 2020. Lomba yang diadakan adalah Virtual Fotografi dan Menulis dengan kategori umum dan media.

3. Membuat *Media Planning Event*

*Media Planning* merupakan salah satu hal yang cukup krusial dalam menentukan publikasi. Penulis diberi kesempatan untuk membuat *media plan* untuk media sosial kepada pihak eksternal untuk perencanaan lomba yang dilaksanakan.

4. Membuat *checklist corporate social responsibility*

*Check list* adalah daftar mengenai hal-hal yang harus diperhatikan dan diperiksa. Dalam hal ini, penulis membuat *checklist* berupa pelaksanaan Webinar per kota, Lomba Virtual Fotografi dan menulis serta Webinar Virtual Fotografi. Hal ini dilakukan guna menghindari dampak negatif

yang bisa dilakukan perorangan. Maka dari itu, setelah *checklist* selesai, akan disamakan dengan *checklist* milik mentor penulis.

#### 5. Mengimplementasikan *corporate social responsibility*

Pada implementasinya, *corporate social responsibility* Festival Pasar Rakyat dilakukan di enam kota berbeda, yaitu Jakarta, Tangerang Selatan, Cirebon, Yogyakarta, Aceh dan Makassar. Kegiatan yang dilakukan adalah membagikan total 30.000 masker gratis kepada pada ekosistem yang ada di pasar rakyat dan mengadakan pelatihan digitalisasi masyarakat. Tidak sampai di situ, Adira Finance juga ingin melakukan gerakan yang berkelanjutan dengan membuat sebuah wadah berbasis aplikasi yang akan mempermudah pedagang untuk mulai berjualan secara daring.

Pada kegiatan ini, setiap kota akan didatangi oleh EO (*Event Organizer*) yang dipakai oleh Adira Finance, penulis di sini memiliki pekerjaan untuk melihat koordinasi yang ada di grup *whatsapp* per kota yang dimiliki dan juga dalam pelaksanaan webinar, penulis membantu mentor di studio untuk kelancaran webinar tiap kota.

### **3.4 Kendala yang ditemukan**

Kendala yang dimiliki oleh penulis dalam pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Waktu pelaksanaan kegiatan yang mendesak.**

Karena terdapat masalah internal berupa perubahan EO satu minggu sebelum pelaksanaan Festival Pasar Rakyat 2020, maka setiap rencana dan pelaksanaan juga memiliki waktu yang berkejar-kejaran serta tidak mengikuti *timeline* yang sudah ditetapkan di awal.

## 2. Mengumpulkan peserta Webinar

Dalam pelaksanaan Webinar, target yang dimiliki adalah para pedagang pasar yang kurang pengetahuan akan teknologi, sehingga mengumpulkan peserta webinar menjadi salah satu kendala yang ada.

### **3.5 Solusi atas kendala yang ditemukan**

#### 1. Mempersiapkan plan A dan plan B

Plan A yang disiapkan adalah menggunakan Event Organizer baru yang akan melakukan persiapan event kurang dari 1 minggu. Sedangkan untuk Plan B yang disiapkan adalah Team External Communication yang akan hadir langsung dalam acara.

#### 2. Melakukan pendekatan pada pedagang

Pada saat datang ke pasar rakyat, anggota dari Event Organizer yang berkeliling membagikan masker juga memberikan pengetahuan akan webinar dan cara kerjanya. Saat hari-H Webinar dilakukan, dikirimkan *broadcast* mengenai Webinar sehingga pedagang pasar dapat mengikuti instruksi yang ada.