



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melamar posisi *intern* di Adira Finance pada divisi *External Communication*. Secara singkat, gambaran lingkup kerja penulis dimulai dari kedudukan paling tinggi sampai ke posisi penulis, yaitu departemen *Brand & Communication*, *Public Relation*, lalu divisi *External Communication*. Alur pekerjaan sehari-hari sering bersinggungan dengan Dyaharini Nurhapsari selaku *Head of Public Relation (Manager)*, dan tim *External Communication* yang terdiri dari Aryo W. Wicaksono selaku *Head of External Communication*, Leonardus Vicko Nugrahady selaku *CSR & External Communication* serta menjadi pembimbing lapangan dari penulis, dan Nur Sofiyana selaku *Earned Media & Online Community Supervisor* yang menjadi *mentor* dari teman *intern*. Selama proses kerja magang, penulis mendapatkan arahan dan bimbingan langsung dari Leonardus Vicko Nugrahady (Vicko) dan Aryo W. Wicaksono (Aryo).

Penjelasan dan arahan perihal tugas-tugas kerja magang diberikan oleh Vicko, contohnya saat penulis diberikan tugas untuk membuat *caption* terkait konten Adira Finance, ketika tugas tersebut sudah selesai, penulis mengirimkan tugas ke Vicko lalu akan ditinjau isi tulisannya, biasanya terdapat beberapa kalimat yang direvisi. Sesudah itu konten tulisan akan dicek oleh Aryo guna untuk *approval* perihal tulisan tersebut sudah layak tayang atau belum.

Sebagai seorang *External Communication Intern*, sering berkoordinasi juga dengan divisi lain, seperti tim *Marketing Communication* dan tim *Corporate Owned & Paid Media*. Ketika berkoordinasi dengan kedua tim tersebut, biasanya akan mengirimkan *email* pada pihak terkait, isi *email* menjabarkan tujuan koordinasi dan membuat waktu rapat (umumnya *zoom meeting*) jika diperlukan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tugas-tugas yang penulis lakukan selama menjalani kerja magang di Adira Finance sebagai *External Communication Intern*, yaitu:

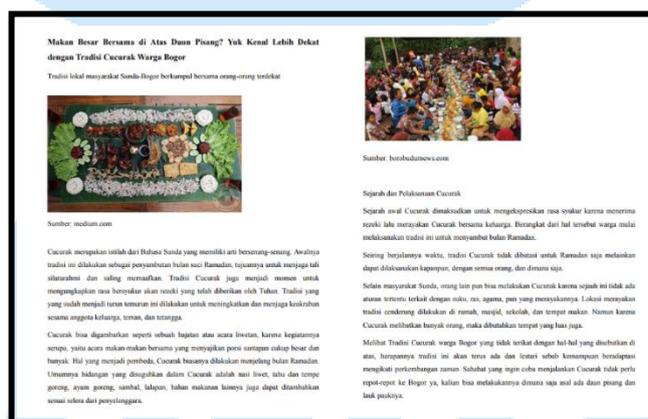
Tabel 3. 1 *Timeline* Tugas Kerja Magang

Kegiatan	Minggu ke-												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Menulis artikel <i>website</i> Sahabat Lokal	Yellow										Yellow		
Revisi artikel untuk <i>website</i> Sahabat Lokal yang ditulis oleh Gardira <i>journalist</i>												Yellow	
Membuat presentasi proposal kompetisi Sahabat Lokal	Yellow												
Membuat <i>Minutes of Meeting</i> (MoM)	Light Green												
Membuat <i>caption</i> untuk konten media sosial (LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube, dan Facebook)		Cyan	Cyan	Cyan		Cyan	Cyan	Cyan		Cyan			
Membuat <i>script video endorsement</i>		Orange											
Membuat konten video TikTok													Red
Mendukung koordinasi, pembuatan, serta operator kebutuhan multimedia media <i>event</i>						Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue		
Menulis <i>review</i> konsep kerja sama dengan mitra CSR Festival Pasar Rakyat 2021		Light Green											
Membuat <i>media plan</i> Festival Pasar Rakyat 2021					Pink		Pink		Pink				Pink
Mencari dan menulis informasi mitra pasar rakyat						Red		Red					
Menulis <i>review</i> proposal <i>media partner</i>								Green	Green				
Membuat rekap kebutuhan <i>branding</i> Festival Pasar Rakyat 2021										Brown			Brown

Website Sahabat Lokal merupakan salah satu wujud dari program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam pilar Sahabat Lokal yang memberikan informasi, guna untuk mempromosikan berbagai destinasi, pengalaman wisata, dan eksplorasi produk lokal untuk para Sahabat Adira Finance (adira.co.id, 2021). Informasi yang dibagikan seputar budaya, destinasi wisata, kuliner, transportasi, buah tangan, dan *event* lokal dari berbagai wilayah Indonesia, hal ini ditujukan untuk mendukung kemajuan sektor pariwisata dan UMKM.

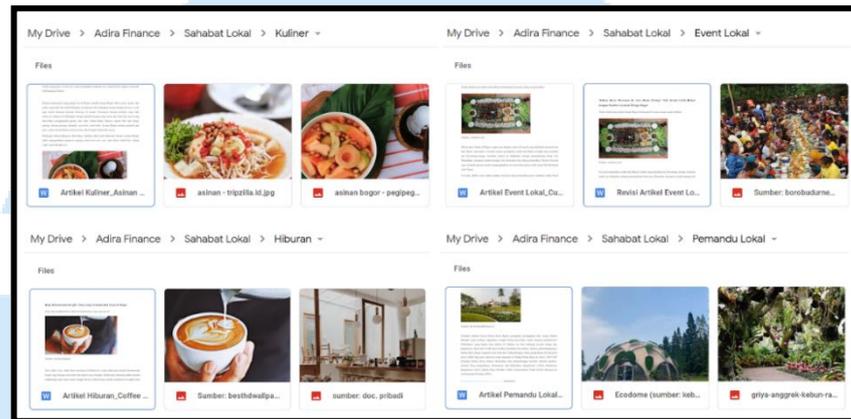
Penulis diberikan tugas untuk menuliskan 4 artikel dengan tema *event* lokal, hiburan, kuliner, dan pemandu lokal. Artikel tersebut nantinya akan tayang di *website Sahabat Lokal* setelah melewati proses kurasi dan revisi.

Gambar 3. 1 Contoh Artikel Sahabat Lokal yang Dibuat



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Gambar 3. 2 Empat Artikel Sahabat Lokal yang Dibuat



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

2. Membuat Presentasi Proposal Kompetisi Sahabat Lokal

Penulis membuat presentasi proposal kompetisi Sahabat Lokal, kompetisinya terbagi dalam kategori foto, video, dan tulisan. Kompetisi Sahabat Lokal menjadi medium yang mendukung *website* Sahabat Lokal untuk memperkenalkan budaya-budaya di Indonesia, sekalipun tentang budaya yang mungkin jarang terinformasi ke masyarakat luas. Mulai dari tema kompetisi, *output* dan *outcome*, mekanisme pendaftaran, strategi promosi, *timeline*, rekomendasi juri, serta data *rate card* juri dikumpulkan dan disusun oleh penulis. Proposal ini kemudian dipresentasikan kepada *Head of Public Relation* dan tim *External Communication*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.3 Proposal Kompetisi Sahabat Lokal



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

3. Membuat *Minutes of Meeting* (MoM)

MoM atau *Minutes of Meeting* adalah sebuah catatan percakapan (poin penting) dari hasil rapat. Ketika pelaksanaannya, penulis sering kali mengikuti *meetings* dan mencatat poin-poin penting serta tindak lanjut dari kesepakatan yang telah disetujui oleh peserta *meeting*. MoM juga menjadi pengingat bagi para peserta *meeting* agar hal-hal yang telah dibahas bisa dibaca kembali saat dibutuhkan. Setelah selesai membuat MoM, penulis mengirimkannya ke supervisi/pembimbing lapangan, lalu jika sudah mendapatkan *approval*, penulis mengirimkan MoM kepada peserta *meeting* (umumnya mengirimkan ke *group* WhatsApp).

Gambar 3. 4 Contoh MoM

MOM Weekly Meeting Persiapan FPR 2021

Tanggal : 23 November 2021
 Waktu : 14.00 – 15.30 WIB
 Lokasi : Zoom Meeting

Peserta :

- (Brand & Comm)
- (Brand & Comm)
- Arjo Wicaksono (Brand & Comm)
- Amelia Anggraeni (Brand & Comm)
- Nur Sofiyana (Brand & Comm)
- Stella Noviana (Brand & Comm)
- (Keddy)
- (Titipku)
- (Titipku)
- (Titipku)
- (RCT+)
- (RCT+)
- (RCT+)

Updates dan tindak lanjut:

1. Akan diumumkan lagi perihal kehadiran [redacted] sebagai narasumber.
2. [redacted] menjadi narasumber dari Titipku [redacted]
3. Foto para narasumber akan di-lock untuk undangan.
4. [redacted] jadwal briefing narasumber (talking point).
5. Undangan akan segera dikirim ke narasumber, Titipku, & RCT+.
6. [redacted] untuk semua teknis workshop Pasar Muara Karang.
7. [redacted]
8. [redacted]
9. [redacted]
10. Pembagian kaos ke peserta hari-H [redacted] dipersiapkan di meja registrasi hari-H, agar bisa langsung dibagikan.
11. [redacted]
12. [redacted]
13. [redacted]
14. [redacted] live report, akan cek dan memberikan informasi [redacted]

No.	Hal/Topik	Pembahasan	Feedback
1.	Update prescon	<ul style="list-style-type: none"> - Dyah (Brand & Comm) Prescon hari Rabu 1 Des - [redacted] - Narasumber harapannya hadir offline. Dari Adira [redacted] - [redacted] 	<ul style="list-style-type: none"> - Dewi (RCT+) Akan diumumkan lagi terkait Pak [redacted] - Henri (Titipku) Akan mengajak [redacted] - Dyah (Brand & Comm) <ul style="list-style-type: none"> - Oke, foto-foto narasumber akan di-lock untuk undangan. - Jadwal briefing narasumber (talking point) pada hari Jumat, 26 Nov.

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

4. Membuat *Caption* Konten Media Sosial

Penulisan *caption* juga dilakukan oleh penulis untuk media sosial Adira Finance, seperti LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube, dan Facebook, untuk menyampaikan informasi sesuai kebutuhan perusahaan. Kemampuan menulis diperlukan agar pesan yang ditulis dapat tersampaikan sesuai dengan tujuan.

Gambar 3. 5 Contoh *Caption* LinkedIn

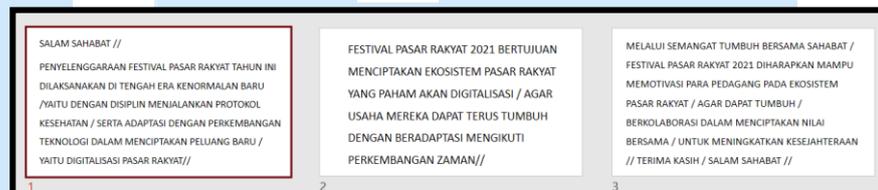
Original	Revisi
<p>Caption LinkedIn</p> <p>Adira Finance meraih Digital Marketing Award dalam penghargaan Social Media Award dan Digital Marketing Award dari majalah MARKETING pada September 2021, dengan menduduki peringkat The Best dalam kategori pembiayaan mobil dan motor.</p> <p>Penghargaan diberikan kepada merek dan perusahaan di Indonesia yang telah sukses menjalankan digital campaign di media komunikasi online, serta upaya mendorong mereka menjadi future leader company.</p> <p>Penghargaan berasal dari hasil riset yang dilakukan oleh dua lembaga independen, yaitu Media Wave dan SurveyOne. Informasi selengkapnya klik (shorten link)</p> <p>#AdiraFinance #Awards #TumbuhBersamaSahabat</p>	<p>Caption LinkedIn</p> <p>Adira Finance meraih Digital Marketing Award 2021 dari majalah MARKETING. Penghargaan diberikan kepada website Adira Finance yaitu adira.co.id yang meraih peringkat The Best dalam kategori Pembiayaan Mobil dan Motor.</p> <p>Penghargaan diberikan kepada merek dan perusahaan di Indonesia yang sukses menjalankan digital campaign di media komunikasi online, serta upaya mendorong mereka menjadi future leader company.</p> <p>Penghargaan diberikan berdasarkan hasil riset yang dilakukan dua lembaga independen, yaitu Media Wave dan SurveyOne.</p> <p>Sahabat, informasi selengkapnya klik adira.id/emas</p> <p>#AdiraFinance #Awards #TumbuhBersamaSahabat #DigitalMarketing</p>

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

5. Membuat *Script Video Endorsement*

Script endorsement merupakan tulisan yang berisikan pesan-pesan yang akan disampaikan oleh seorang pembicara sesuai dengan kebutuhan konten yang diperlukan. Penulis membuat *script endorsement* untuk keperluan konten Adira Finance.

Gambar 3. 6 Contoh *Script Video Endorsement* Festival Pasar Rakyat 2021



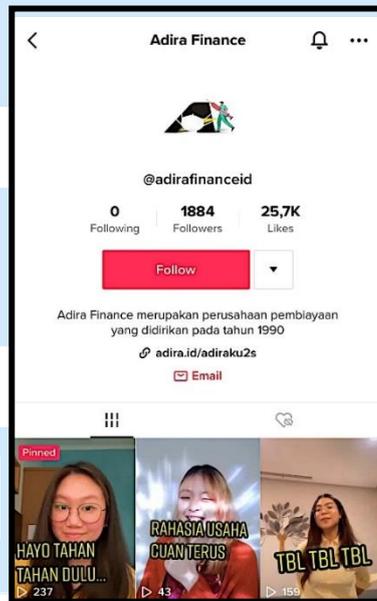
Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

6. Membuat Konten Video TikTok

Adira Finance cukup sering berinteraksi dengan para pelanggannya; biasa disapa dengan sebutan “Sahabat”, melalui berbagai *platform* media sosial perusahaan, seperti Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, dan Facebook. Mengikuti dunia digital yang terus berkembang di Indonesia, pada bulan Juni 2021 Adira Finance turut membuka akun TikTok. Penulis berpartisipasi untuk membuat konten positif perusahaan di TikTok @adirafinanceid, konten positif ini cenderung bersifat *fun* dan edukatif, ditambah konten yang ditayangkan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3. 7 Konten TikTok Penulis tentang Jurus Ampuh DP Cepat Terkumpul

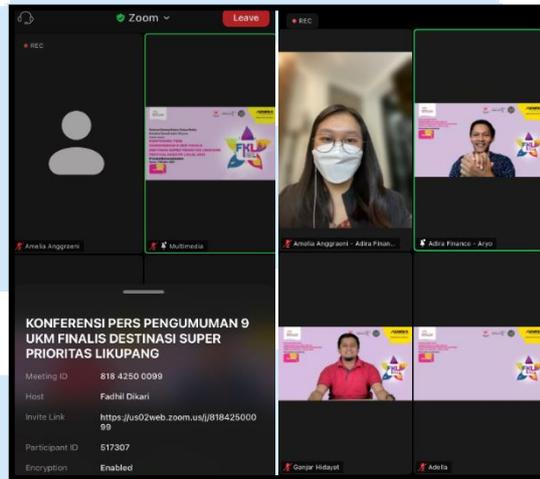


Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

7. Mendukung Keperluan Multimedia Media *Event*

Tim *External Communication* terlibat setiap kali ada acara *briefing* dan konferensi pers suatu acara. Memiliki beberapa tugas seperti berkoordinasi dengan pihak-pihak yang berkontribusi dalam acara; menghubungi/*email* narasumber, menyusun jadwal *briefing* dan konferensi pers, memastikan kelancaran multimedia (*zoom meetings* dan konten yang akan dibawakan). Penulis selalu *standby* untuk mem-*back-up* keperluan multimedia ketika ada kendala dari laptop pembawa acara; moderator acara dilakukan oleh *Head of External Communication*.

Gambar 3. 8 Menghadiri Konferensi Pers



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

8. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan Coombs & Holladay sebagai (2012, p. 19) tindakan sukarela yang diimplementasikan oleh perusahaan ketika menjalankan misi dan memenuhi kewajiban yang dirasakannya kepada para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, komunitas, lingkungan, dan masyarakat secara keseluruhan.

Ada enam inisiatif sosial perusahaan dalam pelaksanaan CSR yang dikemukakan oleh Kotler & Lee (2005, pp. 23-24), yaitu:

a. *Cause Promotions*

Perusahaan menyediakan dana, kontribusi (barang), dan berbagai sumber daya lainnya untuk meningkatkan perhatian dan kesadaran tentang tujuan sosial, guna untuk menunjang penggalangan dana, partisipasi, pun perekrutan sukarelawan terkait suatu tujuan.

b. *Cause-Related Marketing*

Perusahaan mempunyai komitmen untuk memberikan kontribusi atau menyumbangkan persentase pendapatan untuk tujuan tertentu berdasarkan penjualan produk. Perusahaan cenderung bermitra dengan organisasi nirlaba, hubungannya dirancang untuk saling menguntungkan guna meningkatkan penjualan produk serta menghasilkan dukungan *financial* untuk kegiatan amal.

c. *Corporate Social Marketing*

Perusahaan mendukung pengembangan dan pelaksanaan suatu kampanye perubahan perilaku, untuk meningkatkan keselamatan, kesehatan masyarakat, lingkungan atau kesejahteraan publik.

d. *Corporate Philanthropy*

Kontribusi langsung diberikan oleh perusahaan untuk tujuan/amal, umumnya berbentuk tunai atau hibah, sumbangan, dan layanan.

e. *Community Volunteering*

Perusahaan mendorong para karyawan, mitra ritel/waralaba untuk menyisihkan/menyumbangkan waktu mereka untuk mendukung organisasi serta tujuan masyarakat setempat.

f. *Social Responsible Business Practices*

Perusahaan mengadopsi dan melakukan praktik bisnis serta investasi yang mendukung berbagai tujuan sosial, untuk melindungi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Adira Finance dalam pelaksanaan CSR Festival Pasar Rakyat 2021 mengimplementasikan beberapa inisiatif sosial perusahaan yang terdiri dari:

a. *Cause Promotions*

- Perusahaan menyediakan dana untuk menyelenggarakan Festival Pasar Rakyat 2021.
 - Berkontribusi dalam pembagian *tote bag (merchandise)* untuk semua orang di pasar rakyat yang mengikuti rangkaian kegiatan dan memproduksi pakaian (baju) Festival Pasar Rakyat 2021 untuk para pedagang yang ikut dan terlibat rangkaian kegiatan acara.
- b. *Corporate Social Marketing*
- Salah satu kegiatan dalam rangkaian Festival Pasar Rakyat 2021 adalah *workshop* untuk para pedagang di pasar rakyat. Dalam *workshop*, para pedagang akan mendapatkan materi dan pemaparan langsung dari para narasumber yang menjelaskan tentang digitalisasi pasar dan literasi keuangan Syariah.

9. Menulis *Review* Konsep Kerja Sama

Adira Finance menyelenggarakan Festival Pasar Rakyat 2021 menggandeng beberapa mitra untuk bekerja sama dalam proses pelaksanaannya. Penulis diberikan kesempatan untuk membuat *review* konsep kerja sama yang diajukan oleh mitra yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan CSR.

Gambar 3. 9 Contoh *Review* Konsep Kerja Sama

Review Konsep Kerja Sama dengan Titipku

- > Tujuan dan manfaat kegiatan yang disusun Titipku sudah sesuai.
- > Pada poin ketiga dalam *slide* Bentuk Kegiatan, apakah 3 pasar Jabodetabek yang dimaksud itu adalah 3 pasar di masing-masing wilayah Jabodetabek? Jadi wilayah pasar Jakarta 3, Bogor 3, Depok 3, dan seterusnya.

BENTUK KEGIATAN

1) Target peserta adalah laki-laki/perempuan dan mempunyai usaha di pasar atau sekitarnya (UMKM).

2) [REDACTED]

3) [REDACTED]

- > Pada poin keenam dalam *slide* Bentuk Kegiatan, [REDACTED] Apakah aplikasi Titipku hanya tersedia di Android saja? Bagaimana dengan para *Apple user* yang juga ingin berbelanja di aplikasi?

6) On Boarding pedagang pasar ke dalam aplikasi Titipku dan melakukan kampanye bersama Adira dan Titipku untuk mengajak masyarakat dan nasabah Adira berbelanja ke Pasar melalui aplikasi Titipku

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

10. Membuat Media Plan

Penulis membuat *media plan* Festival Pasar Rakyat 2021, di dalamnya terdapat ide konten yang nantinya akan naik ke beberapa *channel* media sosial Adira Finance seperti LinkedIn, Twitter, Instagram dan Facebook (*fitur feed dan story*), *email* dan WhatsApp *blast*, serta *website* Adira Finance. Lalu membuat *content calendar* yang dibagi ke beberapa tabel dalam bulan November 2021 hingga Januari 2022.

Gambar 3. 10 Media Plan Festival Pasar Rakyat 2021

MEDIA PLAN FESTIVAL PASAR RAKYAT 2021		OKT	NOV	DES	Jan 22	PROGRESS (%)	Remarks								
MEDIA	KONTEN	WEEK													
		I	II	III	IV	I	II	III	IV						
EXTERNAL COMMUNICATION	DIGITAL	Corporate Owned Communication													
		Website Adira Finance													
		Feed Instagram, Twitter & LinkedIn: Adira Finance													
		Story FB & IG, Adira Finance													
INTERNAL COMMUNICATION	CHANNEL	Feed FB & IG, Adira Finance													
		Story FB & IG, Adira Finance													
		Email Blast													
		WhatsApp Blast													

Date	Event/Activity
10/11/2021 & 17/11/2021	Forum Investor (PFR) 2021
12/11/2021	Launching PFR 2021
15/11/2021 & 16/11/2021	Workshop Pedagang Pasar
17/11/2021 & 18/11/2021	Melalui Cerdas Corner
19/11/2021 & 20/11/2021	Pasar Rajawali Corner
21/11/2021 & 22/11/2021	Brandinng Pasar Rakyat
23/11/2021 & 24/11/2021	Workshop Pedagang Pasar

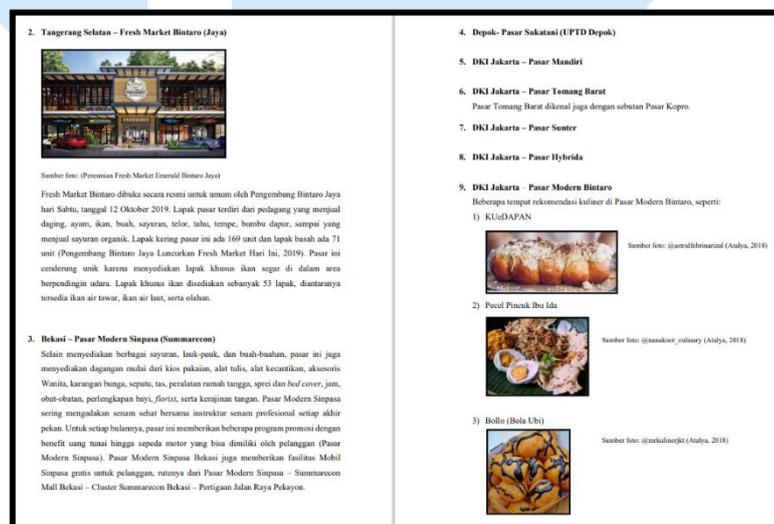
Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

11. Mencari dan Menulis Informasi Mitra Pasar Rakyat

Adira Finance menggandeng sebuah mitra pemberdayaan ekosistem di pasar rakyat. Mitra ini memiliki total 57 pasar; tersebar di Jakarta, Depok, Tangerang, dan Bekasi, membantu dan memfasilitasi proses

jual beli melalui aplikasi (digital) yang dikelola oleh mitra pemberdayaan. Penulis mencari dan menuliskan informasi terkait 57 pasar rakyat tersebut, seperti mencari sejarah pasar, lokasi, keunikan, serta kuliner di dalam atau sekitar pasar. Tujuannya untuk mencari 5 pasar potensial (siapa dalam hal lokasi/tempat; memungkinkan untuk mengadakan acara, ketertarikan dan kesediaan para pedagang untuk ikut terlibat dalam acara, faktor kesadaran akan penggunaan digital; beberapa pedagang di pasar rakyat sudah mengerti memakai *smartphone* atau umumnya Android) yang akan digandeng oleh Adira Finance, tentunya bekerja sama dengan mitra pemberdayaan, untuk melaksanakan penyelenggaraan Festival Pasar Rakyat 2021.

Gambar 3. 11 Contoh Informasi Beberapa Mitra Pasar Rakyat



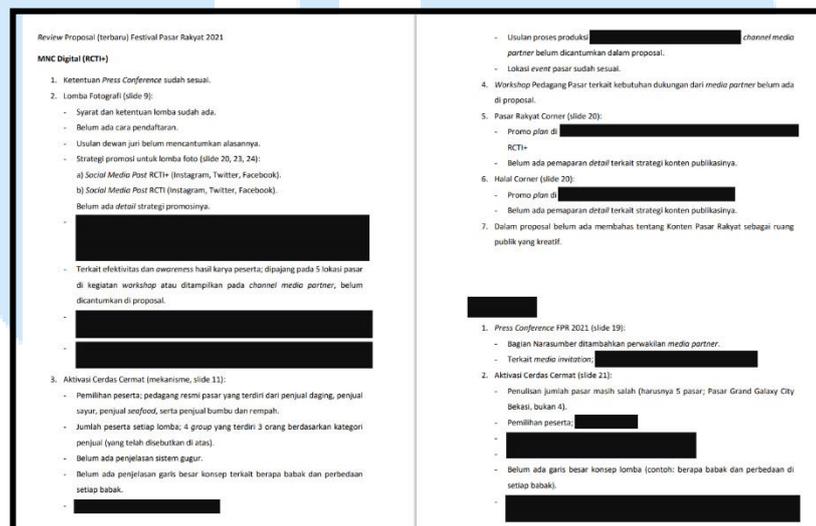
Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

12. Menulis Review Proposal Media Partner

Adira Finance juga bekerja sama dengan sebuah mitra publikasi dan aktivasi kampanye program (*media partner*) untuk membantu mempublikasikan kegiatan dan berbagai informasi tentang Festival Pasar Rakyat 2021; dari *pre-event*, *event* berlangsung, dan *post-event*. Penulis diberikan tugas untuk menulis *review* terkait proposal yang telah dibuat oleh *media partner*, disesuaikan apakah proposal

yang diajukan sudah cocok dan sejalan dengan yang Adira Finance ingin jalankan, seperti cek program yang dibuat *media partner* untuk diterapkan dalam rangkaian acara Festival Pasar Rakyat 2021, cek *typo* penulisan; penggunaan diksi yang tepat (tidak menimbulkan ambiguitas), serta cek pencantuman tanggal pelaksanaan kegiatan.

Gambar 3. 12 Penulisan *Review Proposal Media Partner*



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

13. Membuat Rekap Kebutuhan *Branding*

Setiap pasar rakyat yang menjadi tempat penyelenggaraan Festival Pasar Rakyat (FPR) 2021 memerlukan kegiatan *branding* dalam pasar tersebut. Kebutuhan *branding* dalam pasar rakyat meliputi pemasangan *banner*/spanduk FPR, beberapa *sign* lapak pedagang yang memiliki unsur FPR 2021, dan logo para pihak penyelenggara. Perizinan dan kebutuhan *branding* pada setiap pasar berbeda, maka dari itu perlu ditulis secara rinci kebutuhan *branding* setiap pasar.

Gambar 3. 13 Rekap Kebutuhan *Branding* Pasar Muara Karang

No.	Spesifikasi	Ukuran	Harga	Keterangan	Durasi
1.	Spesifikasi Board	1: 94 (lebar, ada lekukan di atas)	Rp. [REDACTED]	Per 1000 (untuk 1000 pcs)	1 Bulan
				Tidak terdapat biaya di awal/bekal	
2.	Hanging Sign	Penunjuk arah yang digantung di atas	Rp. [REDACTED]	3000 merk 04	Dijalankan oleh pasang sampai habis atau pemasangan baru boleh diadakan
		Dimensi 32 x 18 cm dengan bahan acrylic		Detailnya akan di update	
		Diberi lubang di bagian kanan dan kiri atas untuk tempat pengaitan			
		Dipasang 25 cm dari lantai teratas dengan merk hotel			
		Komposisi desain 80% fungsi pelayanan dan 20% branding			
		Terdapat logo perusahaan pasang			
3.	Sign Lantai	Dimensi 90 x 60 cm dengan bahan acrylic	Rp. [REDACTED]	Sekolah (untuk 1000 merk) ada 90 tapak yang ingin diberi nomor dan branding	Dijalankan oleh pasang sampai habis atau pemasangan baru boleh diadakan
		Ditempel di lantai sepanjang		Penjual yang ingin di update	
		Komposisi desain 80% fungsi pelayanan dan 20% branding			
		Terdapat logo perusahaan pasang			

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

14. *Listing* dan Menghitung Penawaran Harga Komponen Publikasi/*Placement*

Media Partner untuk mitra publikasi dan aktivasi kampanye program memberikan *special package* pada setiap komponen promosi yang ditawarkan ke Adira Finance. Penulis bertugas untuk memerhatikan, mencatat, dan menghitung seluruh penawaran dalam *special package* terkait harga dari komponen publikasi/*placement*.

15. Koordinasi dengan Mitra Pendukung *Event*

Adira Finance selama persiapan dan penyelenggaraan Festival Pasar Rakyat 2021 bekerja sama dengan mitra pemberdayaan di pasar rakyat serta mitra publikasi dan aktivasi kampanye program (*media partner*). Penulis bertugas untuk koordinasi atau *follow up* kepada para mitra tersebut, seperti menanyakan perkembangan terkait hal-hal yang perlu dipersiapkan dan dibutuhkan dalam waktu dekat, interaksi yang dilakukan cenderung dari dalam grup WhatsApp yang anggotanya terdiri dari para mitra dan pihak-pihak yang terlibat.

16. Membuat *Checklist*

Penulis membuat *checklist* untuk konferensi pers Festival Pasar Rakyat 2021 dan kebutuhan di lima pasar rakyat, yaitu Pasar Muara Karang, Fresh Market Bintaro, Pasar Sinpasa Bekasi, Pasar Grand Galaxy, dan Pasar Sukatani Depok. *Checklist* ini berisikan catatan mengenai hal-hal penting yang harus dipastikan tersedia pada tenggat waktu yang telah ditentukan.

Gambar 3. 14 *Checklist* Konferensi Pers Festival Pasar Rakyat 2021

CHECKLIST PRESSCON					
1 Desember 2021, 10.00-11.30 WIB					
ITEM	PIC	PELAKSANA	STATUS	TENGGAT	KETERANGAN
Rundown				Kamis, 25/11	
MC				Senin, 22/11	
MC Script				Senin, 22/11	draft 1
Release				Senin, 22/11	
Link Presscon (online)				Rabu, 24/11	draft 1
Key Talking Point Talkshow				Senin, 22/11	draft 1
Briefing Book				Selasa 23/11	sudah memberikan feedback tanggal 19/11
KV Undangan					
Online					
Offline					
Undangan ke Publik (internal & eksternal)					
Materi Briefing					
Materi narasumber					
				Kamis, 25/11	
Sebar Undangan Media				Rabu, 24/11 (offline) & Jumat, 26/11 (online)	
Jadwal Briefing Narasumber					
Briefing MC				Senin, 22/11	
Wardrobe Narasumber				Senin, 22/11	
Wardrobe Panitia				Senin, 22/11	
Wardrobe MC				Senin, 22/11	

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang menjadi *External Communication intern* di Adira Finance, ada kendala yang terjadi dikarenakan perusahaan menerapkan sistem kerja *hybrid*; *Work From Home* (WFH) dan *Work From Office* (WFO), terkadang terjadi miskomunikasi perihal koordinasi antara tim *External Communication* dengan divisi *Corporate Owned & Paid Media*, terkait hal apa saja yang sebenarnya sudah pernah dibahas, *input* atau masukkan dari masing-masing divisi terhadap suatu konten, kadang terlewat karena begitu banyaknya informasi, kegiatan, *updates* yang perlu dikoordinasikan bersama.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang telah ditemukan, ada solusi yang bisa diupayakan untuk mencegah maupun meminimalisir kendala serupa terjadi lagi, yaitu dengan lebih sering berkoordinasi langsung melalui *Zoom/Google meet* agar penyampaian komunikasinya lebih jelas, terstruktur, dan tidak terlewat karena tertumpuk informasi lainnya. Divisi *External Communication* dan *Corporate Owned & Paid Media* dapat mengatur *weekly meetings* jika ada *project* yang sedang berlangsung dan membutuhkan waktu interaksi yang cukup intens. Selain itu, kedua divisi tersebut bisa membuat grup percakapan (biasanya grup WhatsApp) khusus untuk membahas hal-hal yang sekiranya penting dan perlu dikoordinasikan dalam jangka waktu panjang.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA