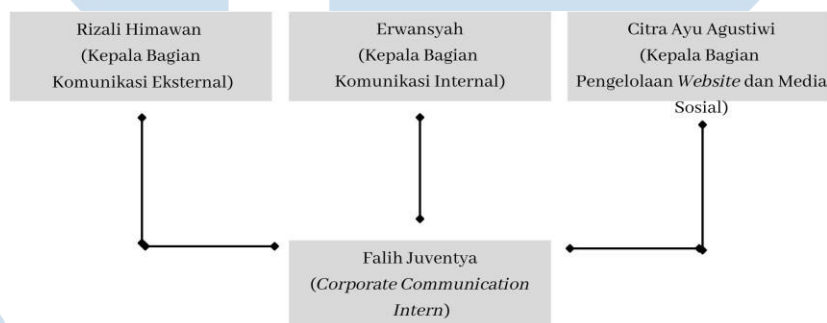


BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis di PT Timah Tbk adalah sebagai *corporate communication intern*. Selama praktik kerja magang, penulis dibimbing oleh Rizali Himawan selaku kepala bagian komunikasi eksternal perusahaan. Selama proses kerja magang juga dipantau oleh Erwansyah selaku kepala bidang komunikasi internal perusahaan dan Citra Ayu Agustiwi selaku kepala bagian pengelolaan *website* dan sosial media. Serta selama praktik kerja magang penulis juga saling berkoordinasi dengan para kepala bagian.



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Bagan 3.1 Alur kerja dan koordinasi

Terdapat beberapa tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan yang mana tugas-tugas tersebut tidak hanya berada untuk di lingkup komunikasi eksternal tetapi juga untuk di lingkup komunikasi internal serta pengelolaan website.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tugas-tugas penulis selama magang yaitu membuat rilis berita yang akan disebar ke

media berita cetak dan online, ikut dalam kegiatan CSR perusahaan, menyebarkan berita seputar perusahaan baik internal maupun eksternal melalui portal internal perusahaan dan juga *website* eksternal perusahaan, menerjemahkan berita perusahaan dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris, *media monitoring*, *employee communication*, monitoring atau pengelolaan isu, dan internet dan sosial media.

Dalam pembuatan rilis berita, penulis turun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data-data seputar kegiatan perusahaan. Selanjutnya, penulis berkoordinasi dengan divisi terkait untuk mengetahui agenda konten pemberitaan baik konten berita untuk media, majalah atau internal, maupun media sosial dari perusahaan. Berikut tabel berisikan tugas penulis yang dibuat dalam perminggu :

Tabel 3. 1 Timeline Pekerjaan Magang

NO	Deskripsi Pekerjaan	September				Oktober				November				Desember	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1.	<i>Media Monitoring</i>														
2.	Membuat <i>News Release</i>														
3.	Upload konten ke portal internal perusahaan														
4.	Upload konten ke website ekstenal perusahaan														
5.	Input <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)														
6.	Membuat Rundown Kunjungan Finalis Duta Pariwisata ke Perusahaan														

pengelolaan komunikasi serta hubungan dengan media , semua penulis, editor dan produser yang berkontribusi dan mengontrol apa yang muncul di media cetak, penyiaran, dan berita online.

Hubungan media menjadi hal yang penting guna mempromosikan suatu organisasi serta dapat menjaga posisi kepemimpinan organisasi di dalam industrinya (Theaker, 2012, p. 281). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan media atau *media relations* merupakan salah satu hal penting guna untuk mengontrol pemberitaan mengenai perusahaan serta juga berguna untuk mempromosikan suatu organisasi.

1.1 Media Monitoring

Saat ini, banyak perusahaan yang melakukan aktivitas *monitoring* yang mana aktivitas tersebut bertujuan agar dapat mengetahui berbagai pemberitaan mengenai perusahaan yang ada diluar sana. Menurut Cornelissen (2014) praktisi komunikasi menggunakan berbagai alat serta teknik yang gunanya untuk memperoleh liputan berita serta untuk memantau mengenai isu perusahaan. Jenis media yang paling umum untuk dilakukannya penelitian terdiri dari pemantauan hubungan dengan media. Dua dari teknik pemantauan yang paling umum digunakan adalah mengontrol bahan yang diamati dan analisis apa yang terbit.

Penulis melakukan *media monitoring* yang mana *media monitoring* ini bertujuan untuk memantau pemberitaan yang beredar mengenai perusahaan baik pemberitaan positif maupun negatif. Penulis melakukan media monitoring selama setiap harinya yang mana media yang dipantau yaitu media berita cetak dan online baik lokal maupun nasional. Austin & Pinkleton, (2015, p. 26) mengatakan bahwa salah satu penggunaan grup berita dapat digunakan untuk memantau reputasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Media monitoring dilakukan dengan kata kunci pencarian yaitu PT Timah Tbk atau Tins. Tins merupakan kode emiten dari perusahaan yang mana kata TINS tersebut kerap digunakan di dalam pemberitaan. Ketika ada pemberitaan negatif atau positif yang beredar di media berita online, maka penulis akan memasukkannya ke dalam *google spreadsheet* dengan diberi keterangan berupa tanggal pemberitaan, link media, dan juga keterangan apakah berita tersebut rilis atau non rilis.

Untuk media cetak, penulis melakukan *monitoring* melalui koran harian yang mana jika ditemukan pemberitaan mengenai perusahaan maka penulis akan menscan halaman yang memuat pemberitaan dan memberikannya kepada staf yang berada di komunikasi eksternal.

Hasil dari apa yang dikerjakan akan menjadi bahan evaluasi perusahaan agar dapat menentukan langkah apa yang akan dilakukan untuk menanggapi berita tersebut jika misalnya berita mengandung unsur negatif.

Selama melakukan pekerjaan ini, penulis kerap mendapatkan pemberitaan negatif mengenai perusahaan baik di media berita cetak dan online lokal maupun nasional. Sehingga untuk menanggapi itu penulis memberikan hasil *monitoring* kepada bagian komunikasi eksternal untuk dapat ditelaah mengenai berita tersebut.

NO	TANGGAL	LINK	KETERANGAN
1	23-08-2021	https://bangka.tribunnews.com/2021/08/23/pt-timah-kucurkan-dana-rp-86-miliar-dorong-ukm-gerakan-ekonomi	Rilis
2	23-08-2021	https://babelreview.co.id/gerakan-ekonomi-lewat-ukm-pt-timah-kucurkan-rp-86-miliar-bagi-193-pelaku-usaha-di-tiga-provinsi	Rilis
3	23-08-2021	https://mediaindonesia.com/nusantara/427468/pt-timah-kucurkan-rp-816-miliar-bagi-193-ukm-di-tiga-provinsi	Rilis
4	23-08-2021	https://babelpos.sumsel.com/topic/pt-timah-tbk/	Rilis
5	23-08-2021	https://negerilaskarpelangi.com/2021/08/23/komitmen-pt-timah-bantu-ukm-dinas-koperasi-dan-ukm-basel-berikan-apresiasi/	Rilis
6	24-08-2021	https://regional.kompas.com/read/2021/08/24/192925678/lahan-timah-negara-dijarah-penambang-legal-petugas-amankan-3-eksavator?page=all	Non Rilis
7	24-08-2021	https://belitongekspress.sumsel.co/pt-timah-salurkan-bantuan-untuk-petani-nanas-badau/	Rilis
8	24-08-2021	https://www.travangnews.com/pt-timah-tbk-salurkan-bantuan-csr-ke-kelompok-tani-nanas-aij-jelutung/	Rilis
9	24-08-2021	https://onekilknews.com/2021/08/24/pt-timah-dan-kelompok-tani-aij-jelutung-lakukan-penanaman-perdana-nanas-badau/	Rilis
10	24-08-2021	https://bumn.go.id/responsible/info/manfaatkan-lahan-bekas-tambang-pt-timah-dengan-bumdes-maju-bersama-panen-berbagai-tanaman-pangan	Rilis
11	24-08-2021	https://bangka.tribunnews.com/2021/08/24/lup-pt-timah-di-kabupaten-bangka-dijarah-801-kilogram-timah-illegal-diamankan-tim-gabungan	Non Rilis
12	24-08-2021	https://bangka.tribunnews.com/2021/08/24/lokasi-lup-pt-timah-tbk-dijarah-penambang-illegal-tim-amankan-2-1-kampai-pasir-timah	Non Rilis
13	24-08-2021	https://www.antarane.ws/video/2348690/nelayan-bangka-dukung-kip-pt-timah-beroperasi	Non Rilis
14	24-08-2021	https://regional.kompas.com/read/2021/08/24/192925678/lahan-timah-negara-dijarah-penambang-illegal-petugas-amankan-3-eksavator?page=all	Non Rilis
15	24-08-2021	https://investor.id/business/260671/konsep-pt-timah-dijarah-tim-gabungan-amanakan-ratusan-kilo-timah-illegal	Non Rilis
16	24-08-2021	https://perkarane.ws/index.php/2021/08/24/tiga-alat-berat-ratusan-kilogram-timah-illegal-diamankan-tim-gabungan-dalam-razia-ti-illegal/	Non Rilis
17	24-08-2021	https://bangka.tribunnews.com/2021/08/24/bantu-pendalaman-tempat-lubuh-perahu-nelayan-matrasot-timah-tbk-beri-bantuan-tunai	Rilis
18	24-08-2021	https://babel.antarane.ws/berita/216470/pt-timah-bantu-pendalaman-tempat-lubuh-perahu-nelayan-matras	Rilis
19	24-08-2021	https://bumn.go.id/responsible/info/ot-timah-kucurkan-rp-86-miliar-bagi-193-pelaku-usaha-di-tiga-provinsi	Rilis

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3. 1 Media Monitoring Media Berita Online



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3. 2 Media Monitoring Media Berita Cetak

1.2 News Release

Salah satu bentuk komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder* yaitu melalui rilis berita atau *news release*. In 2014, Wilcox, Cameron, and Reber argue, “Taktik yang terus digunakan dalam hubungan masyarakat yang paling umum digunakan ialah rilis berita” (p. 390)

Rilis berita merupakan dokumen yang berisikan informasi yang layak diberitakan mengenai perusahaan kepada media berita (Marsh, Gut, & Short, 2017. p. 118). Heath (2013, p. 560) menjelaskan bahwa bentuk yang paling umum dari media rilis ialah rilis berita yang mana berfungsi untuk menyampaikan informasi yang dianggap layak untuk diberitakan dan ditulis dalam bentuk piramida terbalik yang informasinya memuat unsur siapa, apa, dimana, kapan, bagaimana dan mengapa.

Menurut dari sumber beberapa laporan, sebanyak 80 persen laporan berita mengenai suatu perusahaan akan diminta dan disampaikan oleh praktisi komunikasi (Cornelissen, 2016)

News release dapat dikatakan menjadi salah satu bentuk komunikasi perusahaan yang nyatanya juga masih dibutuhkan oleh jurnalis. In 2014, Wilcox, Cameron, and Reber argue, “Media tradisional mengandalkan rilis berita dikarenakan adanya dua alasan. Alasan pertama ialah kenyataan pada komunikasi massa saat ini membuat reporter dan editor menghabiskan sebagian besar waktu mereka guna memproses informasi bukan untuk mengumpulkannya. Alasan kedua yaitu sebagian perusahaan tidak memiliki cukup staf dalam meliputi setiap kegiatan (p. 391).

Dalam praktik magang, penulis diberikan tugas untuk membuat konsep rilis berita yang mana draft rilis berita ini setelah mendapatkan persetujuan selanjutnya disebar ke media-media berita baik cetak maupun online. Rilis berita perusahaan biasanya memuat seputar informasi-informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan.

Dalam hal ini penulis membuat rilis berita mengenai perusahaan seputar kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), penghargaan yang didapat perusahaan serta *event-event* yang dibuat oleh perusahaan baik untuk pihak internal maupun eksternal.

Program CSR merupakan kegiatan yang paling sering dilakukan oleh perusahaan. Pelaksanaan program CSR dilakukan di berbagai lokasi di wilayah operasional perusahaan. Penulis sering mendapat kesempatan untuk ikut turun langsung ke lokasi kegiatan CSR yang diadakan oleh perusahaan.

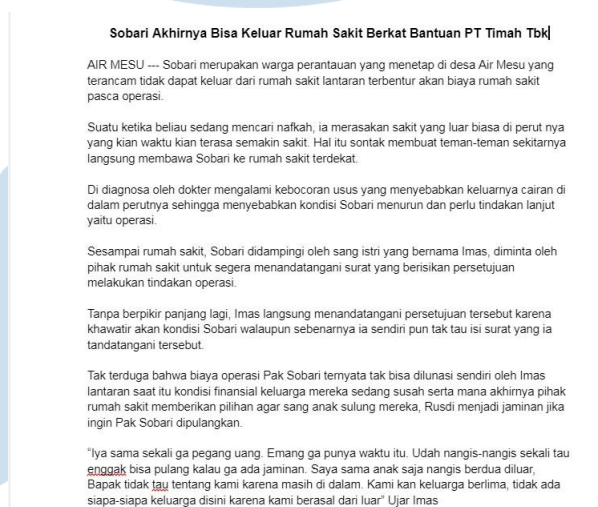
Ketika dilapangan, penulis nantinya akan membuat *draft* rilis berita mengenai

kegiatan tersebut. Proses pembuatan draft rilis berita tetap berpedoman pada unsur 5W + 1H yaitu *What, Who, When, Why, Where, and How*. Serta juga dalam proses pembuatan rilis menambahkan kutipan hasil wawancara.

Dalam pembuatan rilis berita penulis harus lebih dulu memahami apa kegiatan yang akan dilakukan, dimana lokasi kegiatan, siapa saja yang ikut terlibat, bagaimana tanggapan orang-orang yang ikut hadir dalam kegiatan baik dari pihak internal maupun eksternal, dan mengapa kegiatan tersebut diadakan.

Oleh karena itu, penulis melakukan wawancara dengan beberapa pertanyaan seputar kegiatan kepada beberapa orang yang terlibat dengan kegiatan yang sedang penulis ikuti agar nantinya hasil dari kutipan wawancara tersebut dapat dimasukkan ke dalam rilis berita perusahaan atau mengutip dari pidato atau sambutan dari pihak yang terlibat.

Dalam pembuatan rilis berita, penulis sudah berpedoman pada aturan yang ada di bidang komunikasi perusahaan. Sehingga konsep rilis yang disusun penulis sudah sesuai dengan aturan yang berlaku. Aturan tersebut meliputi dari pemilihan kata atau kalimat, angle pengambilan berita, penulisan, dan lainnya.



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3.3 Rilis Berita Perusahaan yang Dibuat oleh Penulis

2. Employee Communication

Karyawan merupakan kelompok pemangku kepentingan yang penting bagi setiap organisasi manapun. Beger (2018, p. 365) mengatakan bahwa komunikasi

dengan karyawan sudah merupakan bagian dari strategi perusahaan dan juga ikut menjadi bagian terpenting dari komunikasi perusahaan. Organisasi perlu berkomunikasi dengan karyawan mereka untuk memperkuat moral karyawan dan mengidentifikasi mereka dengan organisasi (Cornelissen, 2014).

Perkembangan teknologi pun semakin pesat sehingga media komunikasi pun beragam. Selaras, Cornelissen (2014) berpendapat jika teknologi komputer sudah membantu memudahkan perusahaan dalam memproduksi, mendistribusikan serta menyimpan dokumen tertulis yang berguna untuk saling bertukar pesan jarak jauh dan juga jika ketika bekerja sama untuk melaksanakan pertemuan tidak bergantung pada ruang waktu.

Untuk itu, PT Timah Tbk dalam menyebarkan berita kepada karyawan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini yaitu melalui portal atau website khusus yang memuat isi pemberitaan mengenai perusahaan yang hanya dapat diakses hanya oleh para karyawan atau bisa disebut dengan *company intranet*. Website tersebut bernama portal.pttimah.co.id.

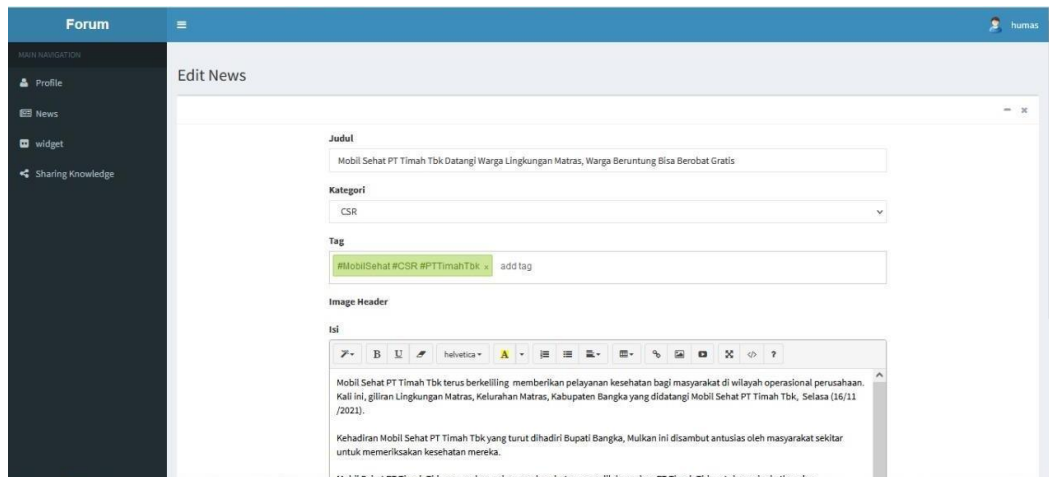
Beger (2018, p. 380) mengatakan bahwa *intranet* bertujuan sebagai sarana dalam mengkomunikasikan berita perusahaan, strategi bisnis, atau konten umum lainnya. Dibalik itu, *intranet* juga berfungsi untuk mencakup tujuan komunikasi dua arah antara karyawan serta berbagi informasi secara internal.

Dalam pembuatan berita portal, penulis biasanya berdiskusi kepada rekan di bidang corporate communication yang bertugas dalam pembuatan konten. Diskusi dilakukan untuk menentukan berita apa yang akan diunggah ke portal atau apakah ada agenda internal seputar kegiatan perusahaan yang akan dilakukan dalam waktu dekat.

Jika sudah menentukan topik, lanjut pada bagaimana penyusunan berita yang misalnya penulis ingin membuat konten seputar karyawan inspiratif yang ada di perusahaan, maka penulis membuat daftar pertanyaan untuk nantinya dilakukan wawancara. Hasil wawancara kemudian dikutip untuk menjadi konten.

Untuk membuat konten seputar kegiatan internal perusahaan, penulis ikut langsung ke tempat kegiatan berlangsung agar dapat menemukan data-data apa yang akan diangkat untuk berita portal.

Ketika penulis telah mendapatkan bahan atau data-data yang diinginkan, penulis akan langsung membuat dalam bentuk konsep. Konsep tersebut kemudian *direview* dan setelah *direview* dan revisi, maka akan diunggah ke dalam portal.



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3. 4 Proses Input Berita ke Portal Perusahaan



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3. 5 Tampilan portal

5. Issue Management

In 2014, Wilcox, Cameron, and Reber mengatakan “Manajemen isu merupakan pendekatan proaktif dan sistematis yang mana fungsinya guna memprediksi masalah, mengantisipasi ancaman, meminimalkan kejutan, menyelesaikan masalah, dan mencegah krisis (p. 287).

Kasus yang didapatkan penulis yaitu bagaimana cara perusahaan mengkomunikasikan ke pihak terkait atau stakeholder terkait aksi demonstrasi yang

terjadi. PT Timah Tbk dalam kegiatannya berkaitan dengan sumber daya alam akan bersentuhan dengan masalah sosial serta lingkungan.

Perusahaan dalam kegiatannya telah mematuhi peraturan yang ada dan juga sering melakukan diskusi bersama dengan masyarakat sekitar wilayah operasional. Namun, ada saja masyarakat yang merasa apa yang telah dilakukan perusahaan bukan merupakan tindakan untuk memuaskan keinginan mereka.

Suatu isu yang beredar di masyarakat akan mempengaruhi persepsi pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Hal ini selaras dengan pernyataan Cornelissen (2014), Sebuah isu dapat berubah menjadi efek yang negatif bagi yang berdampak bagi reputasi perusahaan.

Pada tanggal 22 November 2021, terdapat suatu aksi yang digelar di depan perusahaan. Oleh karena itu, dalam menanggapi aksi tersebut, terdapat lima langkah proses untuk menyelesaikan isu menurut W. Howard Chase dan Barrie L. Jones yang dikutip dari buku yang berjudul *Public Relations Strategies and Tactics* (2014, p. 288) yang mana ke lima langkah ini berkesinambungan dengan apa yang penulis lakukan yaitu :

1) **Issue Identification**

Perusahaan harus dapat melacak pers alternatif, media yang anti mainstream, obrolan grup online, dan koran dari para aktivis guna dapat mempelajari atau mengetahui isu atau masalah yang sedang dibahas.

Ketika mendengar kabar bahwa akan terjadi demo, penulis melakukan identifikasi isu dengan memantau atau memonitoring media berita online untuk dapat melihat apa yang menjadi isu atau masalah yang menyebabkan terjadinya demo dan juga melihat secara langsung ke lokasi terjadinya demo.

2) **Issue Analysis**

Setelah isu atau masalah sudah teridentifikasi, yang dilakukan selanjutnya yaitu menilai dampak atau potensi yang disebabkan terhadap perusahaan. Pertimbangan lain yaitu guna menentukan apakah perusahaan rentan terhadap masalah ini.

Pada langkah ini, Perusahaan mengidentifikasi bahwa isu tersebut dapat mempengaruhi citra perusahaan. Walaupun setelah diidentifikasi lebih lanjut, ternyata perusahaan tidak melanggar aturan dalam beroperasi sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi opini publik dan citra perusahaan.

3) Strategy Options

Jika perusahaan memutuskan bahwa isu atau masalah yang muncul dapat berpotensi merusak citra perusahaan, maka harus mempertimbangkan hal apa yang akan dilakukan.

Perusahaan akhirnya memutuskan untuk mempersiapkan rilis terkait demo tersebut. Penulis membantu dalam proses pembuatan rilis dengan menuliskan rilis yang berisikan fakta bahwa perusahaan tidak melanggar aturan yang berlaku.

4) Action Plan

Ketika telah menentukan apa yang harus dilakukan, langkah keempat yaitu untuk mengkomunikasikannya kepada semua yang berkaitan dengan publik.

Rilis yang dibuat disebarakan melalui media berita untuk nantinya disebarakan agar dapat menjangkau khalayak ramai informasi rilis tersebut sehingga publik pun mengetahui fakta yang terjadi dan mengurangi ketidakpastian informasi dari perusahaan.

5) Evaluation

Langkah terakhir adalah mengevaluasi hasil akhir. Apakah sudah memberikan cakupan yang positif bagi perusahaan setelah dilakukannya beberapa langkah yang tersebut.

Untuk langkah terakhir, keesokan harinya pasca demo terjadi, penulis mengevaluasi dengan cara memonitoring media berita baik cetak maupun online untuk melihat apakah ada pemberitaan negatif yang terjadi atau tidak.



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3. 6 Issue Management Terhadap Aksi yang Terjadi di Kantor Pusat

4. Internet dan Media Sosial

In 2014, Wilcox, Cameron, and Reber concluded “Internet dan media sosial sekarang mendominasi sebagian dari kehidupan orang-orang dan sulit untuk membayangkan kehidupan sehari-hari tanpa adanya internet dan media sosial” (p. 358).

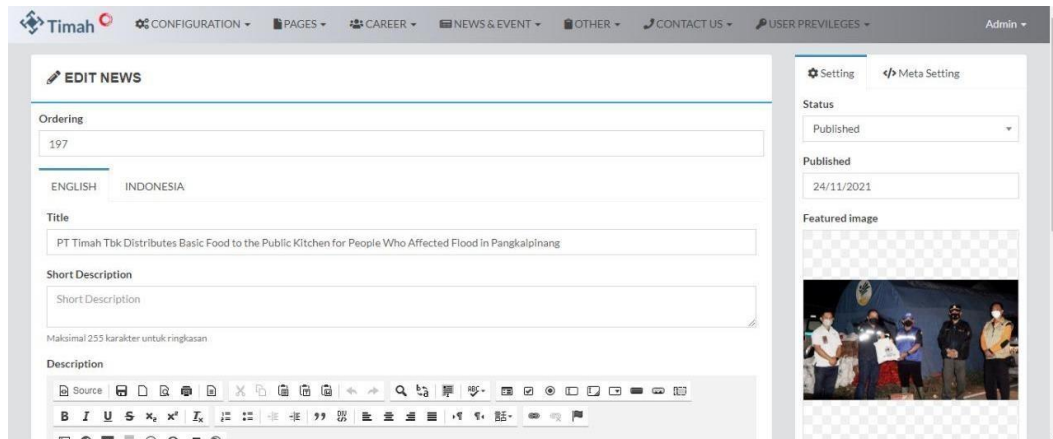
Perusahaan sendiri telah menggunakan internet dan media sosial guna menunjang penyebaran informasi mengenai kegiatan perusahaan kepada publik dengan memanfaatkan *website* untuk *stakeholder* eksternal serta media sosial seperti twitter, facebook, instagram, dan youtube.

Cornelissen (2014), kemajuan dalam media serta teknologi web memberikan sebuah tantangan serta peluang baru bagi sebuah organisasi agar dapat berkomunikasi juga terlibat dengan pemangku kepentingan organisasi termasuk karyawan organisasi itu sendiri, komunitas lokal, pelanggan, dan media berita.

Penulis diberi tugas untuk mengelola *website* eksternal perusahaan. *Website* perusahaan memuat informasi seputar perusahaan baik dari informasi kontak, sejarah, struktur, berita, dan lainnya. Penggunaan *website* ini dinilai efektif bagi perusahaan lantaran selaras dengan pendapat Fraser (2017, p.233) jika *website* menyediakan kemampuan bagi perusahaan, individu, atau lembaga pemerintah guna menyampaikan informasi kepada publik baik secara terorganisir atau terintegrasi.

Tugas yang dilakukan penulis yaitu mempublikasi sejumlah berita mengenai kegiatan perusahaan. Berita yang akan dipublikasi merupakan berita rilis dari perusahaan. Ketika ada berita mengenai seputar kegiatan perusahaan, penulis akan mempublikasikannya ke dalam *website*. Sebelum itu, berita diterjemahkan terlebih dahulu oleh penuli ke dalam bahasa Inggris dikarenakan *website* perusahaan memuat dalam dua bahasa.

Proses publikasian berita meliputi dengan cara memasukkan judul berita, isi berita, foto, tanggal kegiatan, dan *meta setting*. *Meta setting* berisikan kata kunci dari topik kegiatan yang mana akan memudahkan dalam proses pencarian. Misalkan berita yang akan dipublikasi mengenai kegiatan CSR perusahaan sehingga *meta setting* yang diinput yaitu CSR. Nantinya berita tersebut akan muncul di kolom *News and Event* pada *website*.



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3.7 Proses Input Berita ke Website Perusahaan



(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3.8 Tampilan Website Perusahaan

Selain melalui *website*, penulis melakukan input KPI dari media sosial perusahaan. Menurut Theaker (2012, p. 404) media sosial merupakan hubungan interkasi yang berbasis web yang mudah diakses dan memiliki potensi tinggi. Sehingga dalam hal ini perusahaan memanfaatkan media sosial untuk menjadi salah satu wadah dalam berinteraksi dengan *stakeholder*.

Dalam hal ini, terdapat engagement yang didapat dari media sosial tersebut.

Quesenberry (2018, p. 29) berpendapat bahwa *engagement* ialah hal penting yang mana merupakan keterlibatan, interaksi, kedekatan, interaksi dan pengaruh antara seseorang dengan suatu perusahaan..

KPI berguna agar dapat mengetahui *engagement* dari konten-konten di setiap media sosial serta dapat dijadikan sebagai alat pengukur atau acuan apakah tujuan dari dilakukannya penyebaran berita atau informasi di media sosial sudah tercapai atau belum.

Proses input KPI dilakukan dengan cara memasukkan data ke *google spreadsheet* yang berisikan keterangan *channel*, *date*, *ID Account*, *Issues*, *Cases*, *Caption*, dan jumlah dari *like*, *comment*, *view*, *retweet*, serta *share* yang mana nantinya jumlah dari semuanya akan kemudian diakumulasi.

Penulis melakukan tugas ini dengan kurun waktu beberapa kali dalam sehari. Proses menginput KPI melalui konten-konten di seluruh media sosial perusahaan yang nantinya akan dimasukkan ke dalam *google spreadsheet* dengan keterangannya masing-masing.

No	Channel	Date	Hour	Account	Issues	Cases	Caption
1837	1836	Twitter	10/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Duta wisata Kota Pangkalpinang selaku anggotanya ke PT Timah Tbk	Pada Finalis yang berhadapan dengan Direktur Pengembang
1838	1837	Twitter	10/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Duta wisata Kota Pangkalpinang selaku anggotanya ke PT Timah Tbk	Nah Sob, PT Timah Tbk juga berkomitmen mendukung
1839	1838	Instagram	10/09/2021	@officialtimah	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Duta wisata Kota Pangkalpinang selaku anggotanya ke PT Timah Tbk	KeBARTINGS SobartINGS Sebanyak 20 Ratus Duta Wisata
1840	1839	Facebook	10/09/2021	PT TIMAH Tbk	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Pembangunan prong-gorong penahan abrasi untuk Nelayan KUB Jaya Mandiri	De KobotINGS, Kelompok nelayan KUB Jaya Mandiri Sungai
1841	1840	Twitter	10/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Pembangunan prong-gorong penahan abrasi untuk Nelayan KUB Jaya Mandiri	De Menanggapi permasalahan ini, PT Timah Tbk menaspor
1842	1841	Twitter	10/09/2021	@officialtimah	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Pembangunan prong-gorong penahan abrasi untuk Nelayan KUB Jaya Mandiri	De KobotINGS, Kelompok nelayan KUB Jaya Mandiri Sungai
1843	1842	Instagram	10/09/2021	PT TIMAH Tbk	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Pembangunan prong-gorong penahan abrasi untuk Nelayan KUB Jaya Mandiri	De Menanggapi permasalahan ini, PT Timah Tbk menaspor
1844	1843	Facebook	11/09/2021	@officialtimah	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Bantuan mesin blower atau mesin pembersih lada kepada Koperasi Plasma Kacang	KeBARTINGS, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki
1845	1844	Twitter	11/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Bantuan mesin blower atau mesin pembersih lada kepada Koperasi Plasma Kacang	KeBARTINGS, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki
1846	1845	Twitter	11/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Bantuan mesin blower atau mesin pembersih lada kepada Koperasi Plasma Kacang	Untuk mendorong dan meningkatkan kualitas lada Bar
1847	1846	Instagram	11/09/2021	@officialtimah	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang ekonomi	Bantuan mesin blower atau mesin pembersih lada kepada Koperasi Plasma Kacang	KeBARTINGS, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki
1848	1847	Facebook	13/09/2021	PT TIMAH Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1849	1848	Twitter	13/09/2021	@official_TIMAH	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1850	1849	Twitter	13/09/2021	@official_TIMAH	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1851	1850	Twitter	13/09/2021	@official_TIMAH	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1852	1851	Instagram	13/09/2021	@officialtimah	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1853	1852	Facebook	14/09/2021	PT TIMAH Tbk	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Peresmian loran dan tugu timah di Kabupaten Karimun	Kabupaten Karimun memiliki ikon wisata baru di kawasan
1854	1853	Twitter	14/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Peresmian loran dan tugu timah di Kabupaten Karimun	Kabupaten Karimun memiliki ikon wisata baru di kawasan
1855	1854	Twitter	14/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Peresmian loran dan tugu timah di Kabupaten Karimun	Kabupaten Karimun memiliki ikon wisata baru di kawasan
1856	1855	Twitter	14/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Peresmian loran dan tugu timah di Kabupaten Karimun	Kabupaten Karimun memiliki ikon wisata baru di kawasan
1857	1856	Twitter	14/09/2021	@officialtimah	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Peresmian loran dan tugu timah di Kabupaten Karimun	Kabupaten Karimun memiliki ikon wisata baru di kawasan
1858	1857	Instagram	14/09/2021	PT TIMAH Tbk	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pariwisata	Peresmian loran dan tugu timah di Kabupaten Karimun	Kabupaten Karimun memiliki ikon wisata baru di kawasan
1859	1858	Facebook	14/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pendidikan	Bantuan biaya pendidikan untuk anak-anak Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten	Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten Karimun meranti
1860	1859	Twitter	14/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pendidikan	Bantuan biaya pendidikan untuk anak-anak Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten	Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten Karimun meranti
1861	1860	Twitter	14/09/2021	@official_TIMAH	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pendidikan	Bantuan biaya pendidikan untuk anak-anak Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten	Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten Karimun meranti
1862	1861	Instagram	14/09/2021	@officialtimah	Kontribusi PT Timah Tbk di bidang pendidikan	Bantuan biaya pendidikan untuk anak-anak Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten	Pantii suahan Jehovah Jireh Kabupaten Karimun meranti
1863	1862	Facebook	15/09/2021	PT TIMAH Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1864	1863	Twitter	15/09/2021	@official_TIMAH	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1865	1864	Twitter	15/09/2021	@official_TIMAH	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk
1866	1865	Twitter	15/09/2021	@official_TIMAH	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk	Manajemen PT Timah Tbk

(sumber Dokumentasi Penulis, 2021)

Gambar 3. 9 Proses Input KPI

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis menemukan kendala berupa :

- Kesulitan dalam membuat rilis yaitu ketika informan yang ditemui tidak memberikan pernyataan yang kurang informatif.
- Terdapat banyak media pemberitaan yang harus di *monitoring* sehingga terkadang

terdapat beberapa media yang tidak ter-*monitoring*.

- Terdapat banyak pekerjaan yang bersamaan sehingga membuat penulis sulit mengatur waktu.

3.2.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Terdapat solusi yang dilakukan oleh penulis guna menuntaskan kendala yang dialami yaitu :

- Ketika mendapat informan yang kurang informatif, penulis akan mencari informan lainnya agar informasi yang didapat banyak dan cukup untuk dijadikan rilis.
- Penulis membuat list media-media yang mana saja yang telah di *monitoring* sehingga memudahkan penulis agar dapat melihat media mana saja yang telah di *monitoring*.
- Membuat *reminder* serta daftar apa saja pekerjaan dan *deadline* dari tugas tersebut agar tugas penulis bisa terselesaikan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA