

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Dalam pembuatan karya berupa majalah perusahaan ini, dilakukan beberapa tahapan yang melibatkan beberapa langkah penting untuk memastikan isi konten yang berkualitas dan relevan. Dalam prosesnya, adapun yang dilakukan dalam implementasi perencanaan strategis yang dilakukan untuk mengatasi masalah perusahaan yaitu dengan dirancangnya pembuatan *Company Magazine* sebagai media informasi internal perusahaan yang bertujuan untuk menginformasikan Sejarah perusahaan maupun kegiatan perusahaan guna membangun *sense of belonging* karyawan dan meningkatkan *engagement* antara karyawan dengan perusahaan.

Implementasi yang akan dilakukan adalah berupa penjadwalan *company magazine*, mulai dari jadwal pembuatan, jadwal diberikan kepada karyawan, tenggat survey, dll. Selain itu juga akan dilihat pada implementasinya apakah terjadi perubahan tingkatan *engagement* karyawan berdasarkan responden yang telah membaca *Company Magazine* (17-20 orang karyawan target di Head Office; 10% dari jumlah karyawan di Head Office). Selain itu adapun tabel lini waktu yang menunjukkan proses implementasi dari pembuatan *company magazine* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Lini Waktu pembuatan *Company Magazine*

No.	Tahap	Uraian kerja	September	Oktober	November
1.	Pra Produksi	Riset pengumpulan data dan analisis	■		
2.		Perancangan content isi <i>Company Magazine</i>		■	
3.	Produksi	Pengumpulan dokumentasi dan aset perusahaan		■	
4.		Perancangan copywriting		■	
5.		Perancangan desain dan tata letak			■
6.		Penggabungan konten dan penyelesaian akhir			■
7.		Penyerahan <i>Company Magazine</i> kepada Head of Human Capital dan Direksi untuk pengecekan			■
8.		Melakukan Revisi			■
9.	Pasca Produksi	Penyebaran survey Pre-test			■
11.		Penyebaran <i>Company Magazine</i>			■
12.		Evaluasi (penyebaran post test)			■

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Dalam proses implementasi perencanaan strategis, ada 3 tahapan utama yang akan dilakukan, yaitu tahapan pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi. Dalam ketiga tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan dalam pembuatan perencanaan strategis *Company Magazine* PT Kobe Boga Utama, yaitu sebagai berikut:

3.1.1 Pra Produksi

1) Riset Pengumpulan data dan Analisis

Tahap pertama adalah dengan melakukan analisis situasi terhadap industri yang perusahaan tekuni dan juga analisis situasi terkait latar belakang terjadinya permasalahan yang muncul di perusahaan. Diketahui bahwa Industri FMCG khususnya pada industri makanan dan minuman meningkat dan berkembang pesat selama tahun 2023, khususnya pada Q2 di tahun 2023. Hal ini menyebabkan semakin tingginya persaingan karyawan dalam industri FMCG.

Dengan persaingan yang ketat, menyebabkan angka *turnover* karyawan di perusahaan FMCG juga semakin tinggi, tentu hal ini bukanlah hal yang baik mengingat sebuah perusahaan memerlukan adanya karyawan potensial yang dapat membangun kesuksesan perusahaan. Sehingga perusahaan perlu merancang strategi untuk membuat karyawan dapat semakin mengenal dekat perusahaan yang akhirnya berujung pada peningkatan *engagement*

antara karyawan dengan perusahaan, serta menumbuhkan *sense of belonging* karyawan terhadap perusahaan.

Pada tahap ini, akan dilakukan pengumpulan data dan analisis terlebih dahulu mengenai media komunikasi macam apa dan strategi apa yang sesuai dan bisa direncanakan untuk bisa menjadi media komunikasi internal karyawan yang dapat memberikan informasi dengan baik mengenai perusahaan serta meningkatkan engagement dan *sense of belonging* karyawan terhadap perusahaan dengan cara melakukan *interview* langsung kepada Head of Human Capital untuk mengetahui masalah perusahaan.

2) Perancangan konten isi Company Magazine

Pada tahapan ini hal yang dilakukan berupa pembuatan rubrikasi konten. Rubrikasi konten sendiri sangat penting untuk dilakukan, hal ini bertujuan agar ketika company magazine sedang dibuat dan dirancang, sudah ada gambaran terlebih dahulu mengenai isinya akan seperti apa, informasi apa yang ingin dibagikan, edukasi apa yang bisa disajikan, dan hal menarik apa yang bisa disuguhkan.

Selain itu rubrikasi konten juga sangat membantu pembuatan company magazine agar pembuat tidak bingung menentukan tata letak isi company magazine sehingga halaman majalah perusahaan akan sesuai dengan ketentuan dan sudah tahu pada masing-masing halamannya akan berisikan informasi apa. Pada tahap ini, akan dirancang strategi tindakan dan respons yang dapat melibatkan karyawan PT Kobe Boga Utama untuk mendorong terjadinya *engagement* dan *sense of belonging* dari karyawan.

Selain itu, strategi yang dirancang juga harus berkaitan dan dapat menginformasikan serta mengedukasi karyawan mengenai perusahaan, budaya perusahaan, dan komunikasi internal dalam perusahaan selama 1 tahun terakhir. Pada bagian ini, majalah perusahaan dirancang sedemikian rupa untuk menjadi wadah komunikasi internal baru bagi perusahaan yang

dapat menjadi motivasi dan semangat baru karyawan untuk lebih terlibat aktif dalam kegiatan perusahaan.

Company Magazine sendiri pada implementasinya dirancang dengan halaman akhir sebanyak 72 halaman (termasuk *cover* depan dan belakang). Untuk company magazine yang baik sendiri umumnya terdiri lebih dari minimal 56 halaman dan tidak lebih dari 80 halaman. Selain itu, isi dari company magazine sendiri akan terdiri dari 4 bagian sebagaimana yang telah ditentukan sebelumnya dengan poin poin seperti Intro, Informasi, Kobe Bangga, dan Hiburan. Untuk isinya sendiri juga akan terdiri foto pendukung lebih dari 30 buah, baik berisikan foto-foto kegiatan karyawan, foto produk, foto mengenai lingkungan perusahaan, foto penghargaan, dll.

Dalam pembuatannya, akan disediakan juga informasi yang akan diberikan kepada karyawan dalam bentuk infografis, dalam hal ini infografis yang diberikan berupa *milestone* perusahaan dan pendirian pabrik-pabrik PT Kobe Boga Utama, serta mengenai visi misi dan *core values* perusahaan. Rubrikasi konten terbagi menjadi 4 bagian utama, yaitu “Intro, Informasi, Kobe Bangga dan Hiburan”. Dimana di dalam bagian tersebut akan ada beberapa turunan *section*. *Company Magazine* dirancang berdasarkan *company identity*, dengan menggunakan logo dan nama perusahaan di beberapa halaman-halaman *Company Magazine*. Akan tetapi warna yang dipilih tidaklah berdasarkan warna *brand* perusahaan, melainkan warna yang mencerminkan megah dan elegannya sebuah majalah. Hal ini sendiri telah ditetapkan berdasarkan permintaan dari direksi dan *Head of Human Capital* selaku supervisi dalam *project* ini.

Pada bagian Intro, akan dibagi menjadi beberapa *section* dengan isi seperti sambutan direksi, Informasi mengenai PT Kobe Boga Utama dan sejarahnya, Visi Misi perusahaan, *core values*, dan produk unggulan perusahaan. Pada bagian Informasi, akan dijelaskan mengenai keluarga KOBE (karyawan yang bekerja di Head Office pada tahun 2023 ini), komunitas yang ada di lingkungan kerja karyawan dan berisikan karyawan-

karyawan Kobe, serta kegiatan internal apa saja yang sudah dilakukan perusahaan selama satu tahun terakhir.

Pada bagian ketiga, yaitu bagian Kobe Bangga, akan berisikan informasi mengenai penghargaan apa saja yang sudah dicapai perusahaan, *brand*, maupun karyawan, serta pencapaian yang didapat perusahaan selama satu tahun terakhir. Selain itu juga berisikan informasi mengenai penghargaan yang diterima perusahaan khusus pada tahun majalah tersebut dibuat, dalam hal ini pencapaian yang berhasil diraih perusahaan pada tahun 2023. Hal ini juga bertujuan untuk menjadi jurnal tahunan PT Kobe Boga Utama, sehingga bisa mengetahui apa saja yang bisa tercapai pada tahun ini, dan apa yang menjadi pencapaian pada tahun berikutnya. Sehingga budaya kerja seperti apa yang ditetapkan pada tahun tersebut dapat terus dilanjutkan jika hasilnya positif dan akan terus dikembangkan pada tahun-tahun berikutnya.

Pada bagian terakhir, yaitu Hiburan berisikan sesi mengenai Kobe Flix atau rekomendasi 7 film/series yang dapat ditonton oleh karyawan seputar dunia kerja tetapi juga tetap menghibur dan memotivasi. Selain itu adapun *section* resep yang bisa diikuti karyawan sebagai “teman nonton” mereka. Hal ini tentu dibutuhkan dalam pembuatan sebuah majalah perusahaan yang baik. Karena umumnya di dalam sebuah majalah yang baik harus terdiri dari informasi, edukasi, dan hiburan untuk pembacanya.

3.1.2 Produksi

1) Pengumpulan dokumentasi dan asset perusahaan

Pada tahapan ini, akan dilakukan pengumpulan dokumentasi yang dibutuhkan dalam melengkapi isi company magazine yang akan dibuat. Dokumentasi yang dibutuhkan adalah berupa foto-foto kegiatan karyawan sepanjang tahun 2023, foto-foto penghargaan yang telah didapat perusahaan, dokumentasi foto Sejarah perusahaan, foto-foto kondisi perusahaan dan pabrik saat ini agar bisa diperkenalkan kepada karyawan dengan baik.

Selain itu adapun asset perusahaan yang dibutuhkan untuk pembuatan company magazine, biasanya dalam hal ini yang dibutuhkan adalah berupa *key visuals brand* untuk mengisi halaman yang akan berisi *advertorial brand*. Asset lain yang dibutuhkan seperti *mock-up* kemasan produk untuk dimasukkan ke dalam company magazine guna memperkenalkan produk apa saja yang dihasilkan oleh perusahaan kepada karyawan.

2) Perancangan copywriting

Dalam tahap ini, akan dibuat perancangan copywriting. Company magazine sendiri biasanya di dalamnya memuat beberapa artikel. Sehingga dibutuhkan adanya unsur jurnalistik dalam penulisan untuk artikel-artikel yang akan dimuat di dalam company magazine tersebut. Oleh karena itu perencanaan dan perancangan copywriting yang mantab sangat diperlukan dalam proses pembuatan artikel ini.

Melalui wawancara yang dilakukan dengan Rama Dana, S.Psi. selaku *Head of Human Capital*, dapat diketahui pasti bahwa karyawan bisa mengalami turnover sebesar 3.97% terhitung mulai dari Januari - September 2023 padahal seharusnya untuk Kobe, angka maksimal turnover normalnya harus berada di bawah 3% karena banyak karyawan yang belum mengenal dalam mengenai budaya Kobe, baik budaya kerja maupun tujuan utamanya. Menurut *Head of Human Capital* sendiri, akan lebih baik jika ada pengenalan awal mengenai Perusahaan, misalnya memberikan informasi pada karyawan bagaimana kerja keras dan usaha pendahulu untuk membangun Perusahaan, budaya kerja yang ada di PT Kobe Boga Utama itu sendiri seperti apa, dan apa yang terjadi pada Perusahaan pada tahun tersebut. Sehingga permasalahan utama yang dapat diatasi adalah terkait penumbuhan *sense of belonging* dan *engagement* karyawan terhadap perusahaan.

Bapak Rama sebagai seorang *Head of Human Capital* juga meyakini bahwa pentingnya perancangan media komunikasi internal berupa Company magazine ini, adalah dapat dijadikan sebagai sebuah alat/media

bagi Perusahaan dan karyawan untuk tidak membuang sejarah atau masa lalu. Sehingga karyawan dan siapapun bisa melihat kembali, terdokumentasi dengan rapi, baik mengenai pencapaian, kegiatan yang diadakan pada tahun tersebut, dan sejarah juga tidak akan hilang atau dilupakan begitu saja.

Melalui perancangan strategi pesan ini Company Magazine juga tidak hanya memberikan semata-mata Sejarah bagi karyawan untuk dikenang, tetapi juga untuk memberi tahu karyawan dan mengedukasi karyawan mengenai bagaimana cara kita mencapainya. Sehingga nantinya hal ini bisa menjadi bahan evaluasi juga untuk tahun-tahun yang telah berlalu tersebut. Company Magazine juga bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi kedepannya. Rasa memiliki karyawan tentu akan lebih tumbuh jika karyawan mengetahui dan kenal lebih dekat dengan Perusahaan, oleh karena itu penyampaian informasi dalam hal ini menjadi sangat penting sehingga pesan yang diberikan di dalam Company Magazine dapat dipahami dengan baik oleh karyawan dan perancangan company magazine dapat mencapai tujuannya.

Company Magazine ini juga diharapkan bisa menjadi pijakan awal bagi semua *historical* perjalanan kobe agar dapat terdokumentasikan dengan tepat, dan bisa memberikan *engagement* serta *sense of belonging* yang lebih kepada karyawan terhadap Perusahaan. Isi dari Company Magazine juga bisa membantu perusahaan dalam membangun karakter karyawan untuk mendapat hasil sebagaimana yang Perusahaan ingin dan butuhkan, khususnya menciptakan tenaga kerja professional yang tidak hanya pandai bekerja tetapi juga berdedikasi pada Perusahaan.

3) Perancangan design dan tata letak

Setelah copywriting dan naskah/teks artikel telah selesai dibuat, selanjutnya barulah masuk ke dalam tahapan perancangan design dan tata letak. Tata letak dari design dan informasi akan disajikan dengan sebaik mungkin agar pembaca dapat memahami apa yang disuguhkan di dalam

company magazine dengan jelas dan tidak kebingungan atau bahkan salah menerima informasi. Sehingga informasi yang disampaikan melalui company magazine dapat dipahami dengan baik oleh pembaca.

4) Penggabungan konten dan penyelesaian akhir

Setelah selesai, akan dilakukan tahap penyelesaian akhir. Biasanya pada tahap ini apa yang sudah dibuat akan kembali dicek dan disempurnakan baik dalam hal design, pengecekan kesalahan tulisan, dll. Dalam merancang *Company Magazine*, adapun taktik komunikasi yang dilakukan di dalamnya guna meningkatkan *engagement* karyawan, menginformasikan pesan dengan baik kepada karyawan, serta membangun rasa kepemilikan karyawan terhadap perusahaan dengan cara:

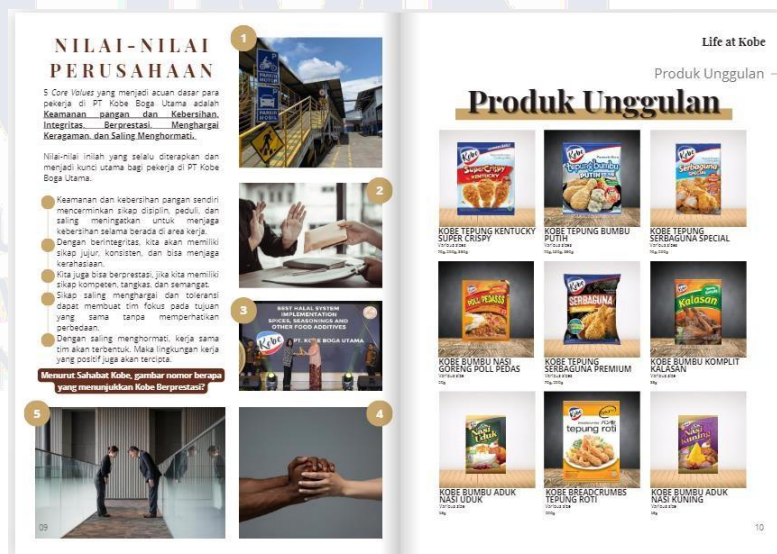
- Menggunakan pendekatan visual, hal ini dilakukan agar pembaca dan target audiens tidak mudah merasa bosan akibat adanya banyak penulisan, sebab untuk company magazine sendiri pasti akan berisikan banyak tulisan artikel untuk dibaca karyawan. Hal ini juga bisa menjadi pendekatan yang baik bagi karyawan mengingat di Indonesia sendiri merupakan negara dengan masyarakat yang rendah dan minim literasi atau masyarakatnya diketahui malas membaca.

Dalam hal ini akan dibuat *layout design* dengan persentase sebanyak 50%-50% (gambar dan tulisan) hingga 75%-25% (gambar dan tulisan) pada halaman company magazine yang dirancang. Contohnya pendekatan visual yang digunakan dalam hal ini juga dimanfaatkan adanya berbagai macam foto dokumentasi yang dikumpulkan oleh penulis secara pribadi melalui kamera pribadi dan juga dokumentasi foto perusahaan menggunakan kamera Departemen Marketing.



Gambar 3.1 Contoh Komposisi 75%-25% (Gambar & Teks)
 Sumber: Olahan Penulis, 2023

Misalnya dalam hal penjelasan nilai-nilai atau *core values* yang dimiliki perusahaan. Diberikan sebuah gambaran ilustrasi dan foto dokumentasi untuk menggambarkan nilai-nilai tersebut. Sehingga hal ini juga bisa memudahkan pembaca dalam memahami nilai pesan yang ingin disampaikan. Contoh pendekatan visual yang dilakukan pada perancangan dan pembuatan company magazine adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2 Pendekatan Visual Ilustrasi Gambar
 Sumber: Olahan Penulis, 2023

- Menghadirkan dan membuat beberapa pertanyaan sederhana dengan gaya *storytelling* kepada pembaca agar terbangun adanya interaksi karyawan yang bisa meningkatkan *engagement* itu sendiri. Contoh dalam hal ini adalah ada halaman khusus pada company magazine yang dibuat untuk membangun interaksi karyawan sebagai pembaca. Hal ini juga berguna untuk meningkatkan *engagement* karyawan, jika karyawan sampai melakukan interaksi yang ada di dalam company magazine.

Contoh dari taktik ini adalah adanya pertanyaan yang menyerupai *mini games* dan juga pertanyaan mengenai divisi apa yang paling disukai. Pertanyaan ini bisa dijawab oleh karyawan dengan cara melakukan *scan* pada barcode yang telah disediakan dan menjawab pertanyaan yang ada di dalamnya. Berikut ini adalah contoh dari taktik membangun interaksi dengan karyawan untuk meningkatkan *engagement* karyawan secara tidak langsung.



Gambar 3.3 Pertanyaan Interaksi dengan *Barcode*
Sumber: Olahan Penulis, 2023

- Menggunakan taktik keterlibatan, hal ini akan dilakukan dengan cara menambahkan foto-foto karyawan, *notes* dari karyawan atau bahkan ungkapan dari karyawan untuk perusahaan agar mereka merasa bahwa mereka sangat diapresiasi oleh perusahaan. Sehingga nantinya hal ini akan memunculkan *sense of belonging* karyawan terhadap perusahaan sendiri. Hal yang dilakukan dalam hal ini

adalah dengan melakukan dokumentasi langsung kepada karyawan. Dokumentasi dalam hal ini dilakukan oleh penulis secara pribadi melalui kamera pribadi yang dimiliki penulis. Berikut ini adalah contoh memasukkan dokumentasi saat berinteraksi langsung dengan karyawan.



Gambar 3.4 Pendekatan Dokumentasi Karyawan
Sumber: Olahan Penulis, 2023

5) Penyerahan Company Magazine kepada Head of Human Capital dan Direksi untuk pengecekan

Selanjutnya pada tahap ini, *draft* Company magazine yang telah jadi dan selesai dibuat akan diberikan terlebih dahulu kepada Head of Human Capital dan direksi untuk dilakukan pengecekan. Setelah itu barulah akan diberikan beberapa masukan hingga akhirnya company magazine dapat diterbitkan dan dibagikan kepada karyawan.

6) Melakukan revisi

Pada tahap ini, akan dilakukan revisi jika ada hal yang harus diperbaiki di dalam company magazine sebelum akhirnya diterbitkan. Akan tetapi jika tidak ada hal yang perlu diperbaiki, maka tahap ini tidak akan dilakukan.

3.1.3 Pasca Produksi

1) Penyebaran Survey Pre-Test

Jika company magazine telah selesai dibuat, maka akan dilakukan tahap pre-test awal yang akan dibagikan kepada karyawan sebelum company magazine disebar. Tujuan dari diadakannya pre-test ini adalah untuk mengukur terlebih dahulu tingkatan engagement dan pengetahuan informasi

serta rasa kepemilikan karyawan sebelum adanya informasi yang diberikan lewat company magazine.

2) Penerbitan Company Magazine

Pada tahap ini, akan dilakukan penerbitan atau penyebaran company magazine kepada beberapa karyawan di Head Office yang akan menjadi target audiens.

3) Evaluasi (penyebaran Post-Test)

Kemudian pada tahap akhir, akan dilakukan post-test untuk mengukur tingkatan engagement dan pengetahuan informasi serta rasa kepemilikan karyawan berupa pertanyaan yang sama dengan pre-test sebagai hasil evaluasi setelah company magazine telah disebarkan untuk karyawan. Dalam tahapan evaluasi, akan dilakukan dua hal untuk bisa mengevaluasi dan mengetahui hasil dari pembuatan strategi komunikasi *Company Magazine* terhadap karyawan PT Kobe Boga Utama.

Dua hal yang akan dilakukan untuk mengevaluasi perencanaan strategis tersebut adalah dengan mengadakan *pre-test* dan *post-test* untuk 10% dari karyawan PT Kobe Boga Utama yang berada di *Head Office* sebagai target, atau juga sebanyak kurang lebih 17-20 karyawan. Hal ini dilakukan agar dapat terlihat perbandingan, perbedaan, maupun perubahan yang terjadi kepada karyawan dari sebelum dan sesudah dipublikasikannya *Company Magazine*.

Pre-test dan *post-test* yang akan dibagikan kepada karyawan berupa pernyataan dan akan diisi dengan skala likert (1) Sangat tidak setuju, (2) Tidak setuju, (3) Setuju, (4) Sangat setuju. Untuk Skala likert sendiri biasanya memang terbagi menjadi 5 poin pilihan, akan tetapi pada survey kali ini, penulis membuat 4 poin skala likert seperti di atas guna mengetahui perbandingan pre-test dan post-test dengan pasti tanpa adanya jawaban netral.

3.2 Anggaran

Adapun anggaran yang dikeluarkan untuk melaksanakan perancangan dan pembuatan strategi komunikasi media internal perusahaan (*company magazine*)

perusahaan untuk mendukung keberhasilannya. Berikut ini adalah perincian anggaran yang diperlukan untuk pembuatan dan pelaksanaan strategi komunikasi media internal perusahaan tersebut:

Tabel 3.2. Tabel Anggaran

No.	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Total
1.	Graphic Design	1	Rp500.000	Rp500.000
2.	Print Booklet Majalah	1	Rp 153.000	Rp 153.000
TOTAL KESELURUHAN				Rp 653.000

Sumber: Olahan Penulis (2023)

3.3 Target Luaran/Publikasi

Media yang digunakan untuk publikasi dan penyebaran konten kepada target audiens (karyawan) adalah Whatsapp Group dan WhatsApp chat pribadi dalam bentuk Company Magazine digital dan dibagikan juga dalam bentuk fisik (Company Magazine yang telah dicetak di media percetakan dalam bentuk *booklet*).