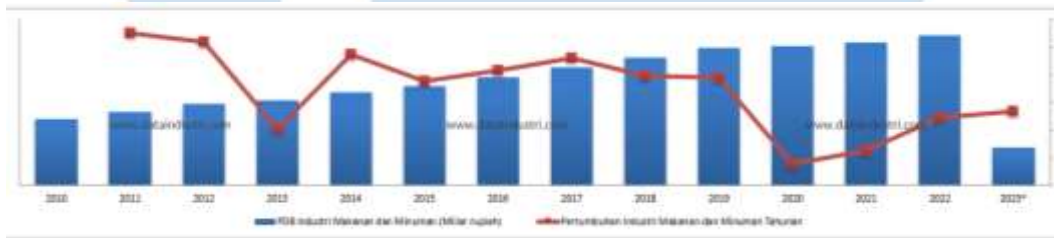


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Direktur Jendral Industri Agro Kementerian Perindustrian (Kemenperin), Putu Juli Ardika, industri makanan dan minuman (mamin) merupakan salah satu faktor pendorong terbesar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Pada awal kuartal 2023, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan sebesar 5,35%. Hal ini juga sesuai dengan pertumbuhan ekonomi nasional 5,03% pada periode yang sama (Pratiwi, 2023).



**Gambar 1.1** Tren Data Pertumbuhan Makanan dan Minuman 2011-2023  
Sumber: DataIndustri Research (2023)

Menurut Kemenperin, pada kuartal I 2023 industri makanan dan minuman berkontribusi sebesar 38,51% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Selain itu, pada periode Januari-Juni 2023, neraca perdagangan makanan dan minuman Indonesia mencapai 11,84 miliar dolar AS (Pratiwi, 2023). Salah satu industri yang bergerak di dalam industri makanan dan minuman adalah industri FMCG.

*Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) adalah produk-produk yang terjual cepat dengan harga yang relatif rendah. Produk-produk ini juga memiliki umur simpan yang pendek. Hal ini dikarenakan tingginya permintaan konsumen atau karena mudah rusak. Produk FMCG juga sering dibeli dan dikonsumsi oleh pelanggan dengan cepat. (Kenton, 2023).

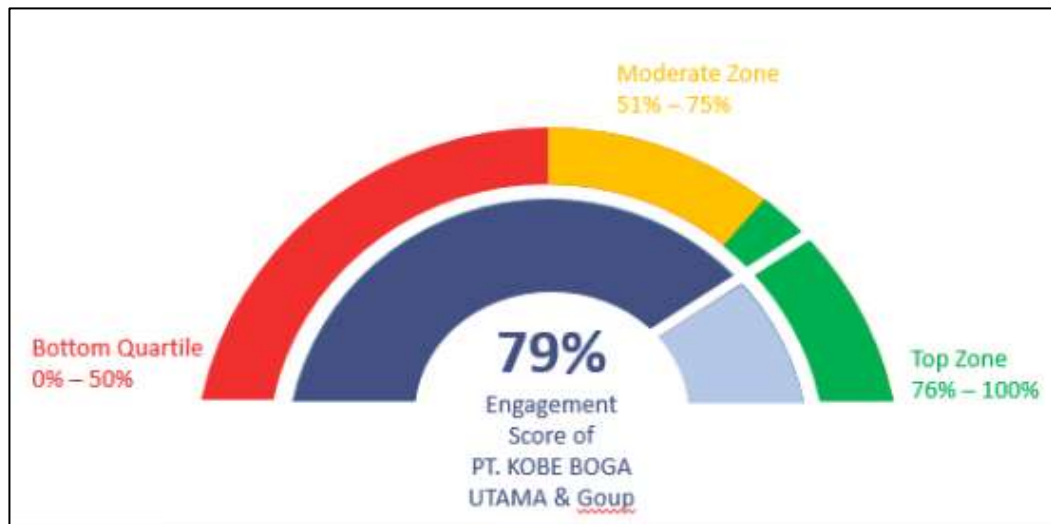
Ada beberapa kategori dari produk FMCG, yaitu makanan olahan, makanan siap saji, minuman kemasan, makanan yang dipanggang, makanan segar, makanan beku, makanan kering, obat-obatan, produk pembersih, kosmetik dan perlengkapan

mandi, dan perlengkapan kantor. Produk FMCG memiliki tingkat perputaran yang tinggi, sehingga pasarnya besar dan sangat kompetitif. Beberapa perusahaan besar yang bergerak dan bersaing di dalam industri FMCG antara lain Unilever, Nestle, Mayora, dan perusahaan-perusahaan lainnya (Thain & Bradley, 2014).

Dengan banyaknya perusahaan terkemuka yang bergerak dalam industri yang sama, industri FMCG menjadi salah satu industri populer yang sering diincar oleh para pencari kerja, mulai dari *fresh graduate* hingga para profesional. Hal ini dikarenakan banyak perusahaan FMCG sudah bertaraf nasional dan multinasional, sehingga dapat menjanjikan prospek karir yang terus berkembang. Selain itu, perusahaan FMCG juga selalu melakukan inovasi dan bergerak dengan cepat. Para pencari pekerjaan juga akan langsung tertarik dengan gaji besar yang ditawarkan oleh perusahaan FMCG. Namun, pencari pekerjaan juga memperhatikan reputasi dan citra perusahaan terhadap karyawannya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan karyawannya dan sumber daya lainnya, agar dapat mendukung keberhasilan perusahaan (Karyono, 2022).

Salah satu perusahaan yang bergerak pada industri FMCG adalah PT Kobe Boga Utama. PT Kobe Boga Utama adalah perusahaan pertama atau pelopor dari Tepung Bumbu pertama di Indonesia. Hal ini juga menjadi salah satu keunggulan dari PT Kobe Boga Utama, karena sudah menjadi brand yang dipercayai oleh masyarakat Indonesia. Perusahaan yang didirikan oleh Hestia Utomo & Sarwo Utomo ini, pertama kali mulai beroperasi pada tahun 1979 di Semarang sebagai usaha kecil di rumah. Produk kemudian selalu dikembangkan dengan cita rasa yang konsisten dari awal berdirinya perusahaan hingga sekarang (Kobe, 2023).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**Gambar 1.2** *Level of Engagement* Karyawan PT Kobe Boga Utama  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Menurut Rama Dana, selaku *Head of Human Capital*, data *turnover* pada periode Januari-September 2023 di PT Kobe Boga Utama adalah 3.97%, yang termasuk dalam tingkatan yang rendah. Tingkat *turnover* yang rendah ini disebabkan oleh *level of engagement* dari karyawan tinggi. Berdasarkan data *Survey Employee Engagement 2023*, dapat dilihat pada Gambar 1.2 bahwa nilai *level of engagement* dari karyawan berada pada 79% yang dinilai masih berada dalam *Top Zone*.

PT Kobe Boga Utama juga memiliki *corporate culture* dengan tipe kebudayaan klan, dimana perusahaan akan memiliki rasa kebersamaan dan kekeluargaan (Pratt & Wigmore, 2020). PT Kobe Boga Utama selalu menjunjung tinggi *teamwork*, komunikasi, dan kesepakatan. Karyawan memiliki level komunikasi horizontal dan vertikal yang baik, sehingga karyawan merasa lebih nyaman untuk bisa berkolaborasi dengan karyawan lintas departemen atau jabatan. Karyawan juga diberikan platform untuk memberikan aspirasinya mengenai solusi atau saran yang dapat mendorong perkembangan perusahaan, seperti pemberian saran atas *event* internal karyawan, membagikan *insight* yang didapatkan melalui bulletin internal perusahaan, serta ide-ide inovasi yang dapat diterapkan pada sistem kerja perusahaan.

Sebagai salah satu perusahaan bergerak pada industri FMCG, PT Kobe Boga Utama juga terkena dampak dari perkembangan industri FMCG di Indonesia. Perkembangan yang kompetitif ini juga mendorong PT Kobe Boga Utama untuk mencari dan mempertahankan sumber daya manusia yang berkompeten dan ahli dalam bidangnya. Oleh karena itu, Departemen Human Capital perlu menciptakan posisi *Internal Communication Intern* yang bertugas untuk menciptakan strategi komunikasi internal, dengan tujuan untuk memfasilitasi, mendengarkan aspirasi, dan mempertahankan karyawan.

Program magang sebagai *Internal Communication Intern* di PT Kobe Boga Utama dilakukan sebagai upaya peningkatan kinerja dari karyawan PT Kobe Boga Utama, yaitu melakukan pertukaran informasi antar pihak karyawan dan manajemen untuk menimbulkan *feedback* mengenai pengembangan perusahaan. Selain itu, *Internal Communication Intern* memiliki tujuan untuk memfasilitasi saran dan masukan dari karyawan PT Kobe Boga Utama, serta mengolahnya dan merealisasikan solusi yang terbentuk dari aspirasi karyawan (Akib et al., 2023).

*Internal Communication Intern* memiliki beberapa tugas penting terhadap PT Kobe Boga Utama dan Departemen Human Capital, yaitu (Akib et al., 2023);

1) Mempertahankan retensi karyawan

*Internal Communication Intern* akan bertugas untuk mempertahankan retensi dari karyawan. Hal ini dapat dicapai dengan cara menciptakan lingkungan kerja yang baik dan mendukung bagi karyawan. Selain itu, aspirasi dan saran dari karyawan juga harus menjadi bahan pertimbangan bagi pengembangan strategi komunikasi, karena karyawan menjadi fokus penting bagi strategi komunikasi tersebut. Strategi yang baik akan berpengaruh pada kinerja karyawan yang berkelanjutan.

2) Meningkatkan *employee engagement*

Perusahaan dengan *employee engagement* yang tinggi berarti karyawannya akan setia selama melakukan pekerjaannya. Karyawan yang memiliki *employee engagement* yang tinggi juga diharapkan perusahaan untuk bisa

meningkatkan produktivitas bekerja dan bertahan untuk bekerja di perusahaan.

3) Merancang strategi komunikasi penyampaian informasi

Pengelolaan *Internal Communication* yang baik akan menghasilkan strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi yang baik pula. Ada beberapa platform komunikasi yang dapat disediakan oleh perusahaan adalah intranet, papan pengumuman, dan platform *chat*. Karyawan akan mendapatkan informasi lebih cepat dan efektif, jika strategi komunikasi yang digunakan juga disesuaikan dengan akses yang dimiliki oleh karyawan.

Oleh karena itu, PT Kobe Boga Utama terpilih menjadi perusahaan untuk melaksanakan proses kerja magang sebagai *Internal Communication Intern*. Hal ini dikarenakan PT Kobe Boga Utama sudah berhasil memiliki strategi komunikasi internal yang baik, sehingga *level of engagement* dari karyawan berada pada *Top Zone* dan tingkat turnover PT Kobe Boga Utama juga berada pada tingkatan yang rendah yaitu pada 3.97%.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang strategi komunikasi internal sebagai *Internal Communication Intern* dalam sebuah perusahaan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengimplementasikan pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara berdasarkan mata kuliah *Internal Communication and Corporate Culture* pada proses kerja magang sebagai *Internal Communication Intern*.
2. Mengetahui proses kerja *Internal Communication Intern* pada Departemen Human Capital di PT Kobe Boga Utama.
3. Mempelajari dan melatih *soft skill* manajemen waktu, *teamwork*, dan *problem solving* melalui proses kerja magang sebagai *Internal Communication Intern* untuk pengembangan diri.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Juni 2023 sampai Februari 2024 dan sudah memenuhi durasi delapan ratus jam kerja pada 20 Oktober 2023 sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 2 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Hari kerja adalah Senin sampai Sabtu. Hari kerja di Senin sampai Jumat dilakukan secara Work From Office (WFO) dari pukul 08.00-18.00 (9 jam kerja, 1 jam istirahat). Hari kerja di Sabtu dilakukan secara Work From Home (WFH) dari pukul 07.30-11.30 (4 jam kerja).

### **Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara *offline* di Ruang *Function Hall* Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Mengisi KRS internship di [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) dengan syarat telah menempuh 120 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

- 1) Proses pengenalan serta detail *offer* dan *job description* sebagai Internal Communication, yang akan dilaksanakan selama proses kerja magang di PT Kobe Boga Utama.
  - 2) Proses pendandatangan surat perpindahan kerja magang dan kontrak kerja sebagai *Internal Communication Intern* yang diserahkan oleh PT Kobe Boga Utama dan ditandatangani oleh *Head of Human Capital*, Rama Dana S.Psi, pada 26 Juni 2023.
- C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang
- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Internal Communication Intern* pada Departemen Human Capital.
  - 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Head of Human Capital*, Rama Dana S.Psi., selaku Pembimbing Lapangan.
  - 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang track 2.
- D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang
- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing secara langsung di kampus dan *online*.
  - 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A