

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada praktik kerja lapangan di PT Dayamitra Telekomunikasi, kelangsungan magang ditempatkan di divisi *Corporate Communication* dan bertugas sebagai *Corporate Communication Officer Intern* dibawah bimbingan Manager divisi tersebut yaitu Ibu Yudith Anggraeni. Beliau yang akan mengecek setiap hasil akhir dari pekerjaan yang diberikan dan beliau juga yang memberikan segala koreksi dan revisi jika ada kesalahan dan kekurangan dalam setiap pekerjaan. Selain itu terdapat Kak Hetty Puji Lestari selaku *Corporate Communication Officer* yang senantiasa membantu, mengarahkan, membimbing, dan memberikan pekerjaan selama praktik kerja magang berlangsung. Dalam pelaksanaan kerja magang, tugas dan tanggung jawab yang diberikan sesuai dan seranah dengan bidang Ilmu Komunikasi yang berkonsentrasi ke ranah *Public Relations*.

Dalam waktu kurang lebih selama 5 bulan penulis melakukan magang sebagai *Corporate Communication Officer* yang diberikan tanggung jawab untuk membantu para *employeers* yang bekerja di divisi *Corporate Communication*. Dalam pelaksanaan magang ini dibimbing untuk mengerjakan berbagai konten bentuk tulisan yang kreatif dan menarik yang nantinya bisa dihasilkan dia berbagai media massa seperti *Press Release* dan *Newsletter*. Namun, *Officer Intern* juga berkesempatan untuk melakukan pekerjaan yang seranah dengan *Marketing Communication* seperti menjadi *talent* dari konten yang dibuat tim Marketing dan membantu mengedit *design* presentase.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Kegiatan	Aktivitas	AGUSTUS		SEPTEMBER					OKTOBER					NOVEMBER					DESEMBER				
		IV	V	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	
Public Relation	Media Relations				■	■	■			■	■				■	■				■	■	■	
	Weekly Report	■	■			■		■				■	■	■			■			■	■	■	
	Media Monitoring	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang
 Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Pada praktik kerja magang berlangsung, di PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) sebagai *Corporate Communication Officer Intern*, penulis melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan apa yang dilakukan di *Corporate Communication*. Berikut *jobdesc* yang dapat diuraikan selama pekerjaan magang berlangsung.

a. Membuat *Press Release*

Press Release merupakan bentuk komunikasi secara tertulis yang umumnya dipublikasikan melalui media untuk memberikan informasi berita terbaru seperti acara, pengumuman, dan lain-lain kepada publik. Teknik penulisan *Press Release* biasanya digunakan dengan metode piramida terbalik dengan menempatkan informasi yang penting pada awalan berita. Pada saat kerja magang berlangsung, *Press Release* yang dibuat mengenai serangkaian acara yang dilakukan oleh perusahaan Mitratel.



Gambar 3.1 Materi PPT Press Release
 Sumber : Mitratel (2023)

Gambar diatas merupakan materi yang berisikan Highlight mengenai kegiatan yang diselenggarakan oleh Mitratel.

Pada bulan November 2023 lalu, Mitratel mengadakan acara konferensi CFU WIB 2023 yang mengusung tema “*Strive For 2023 Business Performance & Impactful Transformation 2023*”. Pada awal pembuatan *Press Release*, diberikan materi PPT mengenai acara CFU WIB tersebut sebagai acuan untuk membuat *Press Release*.

CFU WIB Selenggarakan 4th CFU WIB Summit 2020

Jakarta, CFU WIB kembali melaksanakan 4th CFU WIB Summit 2020 dengan mengusung tema "NEXTGEN 2021 – "Strengthening Strengths and Eliminating Weaknesses" di Media Center Gelora Bung Karno Jakarta, Senin (23/11).

Acara yang merupakan agenda rutin CFU WIB ini membahas dua agenda penting yaitu komitmen Outlook 2021 dan rencana kerja tahun 2021. Acara tersebut dihadiri oleh seluruh Senior Leaders Direktorat WINS, Direktur anak perusahaan, para *senior leaders* CFU WIB, EVP Telkom Regional serta perwakilan Witel yang hadir fisik maupun melalui video conference *CloudX*.

Acara dibuka dengan laporan pelaksanaan dari VP Legal & *Corsec* Mitratel dan dilanjutkan dengan pemaparan materi dari VP WINS, EVP DWS, dan Direktur Utama Anak Perusahaan. Acara diakhiri dengan CEO WIB *Directions* serta penandatanganan CFU WIB Management Committee Charter.

Dari pemaparan masing-masing entitas, kinerja secara umum di CFU WIB tetap terjaga sesuai dengan target yang telah ditetapkan di awal tahun. Pendapatan CFU WIB terutama ditopang oleh *domestic network*, *international traffic*, dan menara telekomunikasi. CFU WIB masih mampu menjaga performansi bisnisnya di tengah situasi market *telco* yang terus melakukan efisiensi menghadapi kondisi ekonomi yang belum membaik.

Dukungan dari CFU dan FU lain juga memegang peranan penting dalam menyukseskan program CFU WIB ditahun 2021 mendatang. Menghadapi situasi menantang terutama di situasi COVID-19 diperlukan sinergi yang kuat antar CFU-FU dalam mengamankan target 2020 dan rencana 2021.

Dalam CEO WIB Direction, Dian Rachmawan menyampaikan kiat-kiat dalam mewujudkan target sesuai dengan tema *Strengthening Strengths and Eliminating Weaknesses* dengan cara menjaga dan mengendalikan hormon positif di dalam tubuh. Hal tersebut akan menunjang kinerja perusahaan terhadap strategi dan komitmen yang telah ditetapkan.

Gambar 3.2 Draft Press Release

Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

Sesuai dengan materi PPT yang telah diberikan dari *Supervisor*, *Press Release* yang dibentuk mengenai acara CFU WIB 2023 yang diadakan oleh Mitratel tersebut. *Press Release* yang dibentuk bertujuan untuk mempublikasikan serangkaian kegiatan acara konferensi yang telah dibentuk

oleh Mitratel guna untuk meningkatkan citra dan reputasi yang baik yang telah dicapai oleh Mitratel saat ini.

b. Membuat Newsletter

Newsletter merupakan publikasi secara tertulis yang berisikan informasi terbaru mengenai suatu perusahaan yang ditujukan kepada public. Pada praktik kerja magang di PT Dayamitra Telekomunikasi, penulis membuat *Creative Newsletter* yakni *Newsletter* yang dirancang untuk menarik perhatian publik dengan design yang menarik, unik, kreatif, dan berwarna.

Mitratel dan Smart Office
Mitratel, sebagai pemimpin dalam industri penyedia infrastruktur, berada di garis depan inovasi Smart Office. Adopsi teknologi inovatif dan penciptaan lingkungan kerja yang efisien dan modern adalah bagian integral dari visi Mitratel untuk masa depan operasinya dan kenyamanan kerjanya.

Inti dari Smart Office
Smart Office adalah ruang kerja cerdas yang dilengkapi dengan teknologi canggih dan sistem terintegrasi yang dirancang untuk meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan pengalaman karyawan secara keseluruhan. Ini adalah lingkungan di mana ruang kerja fisik dengan mulus terintegrasi dengan teknologi digital, menciptakan ekosistem yang beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi pengunturnya.

Visi Mitratel tentang "Smart Office"
Mitratel telah mengadopsi konsep Kantor Pintar dengan tujuan terbuka, mengoptimalkan potensinya untuk memodelkan cara kerja dilakukan dan stampalnya terhadap karyawan dan bottom line perusahaan.

Berikut adalah beberapa elemen kunci dari visi Smart Office Mitratel:
1) **Optimalisasi dan Efisiensi Energi:** Mitratel telah menyiapkan sistem otomatisasi canggih di seluruh kantor-kantornya. Sistem ini mengatur pencahayaan, suhu, dan faktor lingkungan lainnya berdasarkan okupansi, menghasilkan penghematan energi yang signifikan dan mengurangi biaya operasional. Komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan terlihat dari upayanya untuk meminimalkan dampak ekologisnya.
2) **Ruang Kerja Fleksibel:** Fleksibilitas adalah ciri khas Kantor Pintar, dan Mitratel memamerkan prototipe ruang kerja yang dapat diadaptasi. Kantor-kantor konsultansi menggunakan kenyamanan untuk meningkatkan lingkungan kerja mereka sesuai dengan tugas dan preferensi mereka.

Rukh ilu area kolaborasi terbuka, non-tenang, atau ruang perserutuan pribadi, Mitratel memastikan opsi untuk meningkatkan produktivitas. Di Teknologi Kolaborasi Terpadu Untuk memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi yang lancar, Mitratel telah berinvestasi dalam teknologi kolaborasi mutakhir. Konferensi video, ruang pertemuan virtual, dan berbagi dokumen berbasis awan adalah bagian integral dari infrastruktur kolaborasi teknologi Mitratel adalah ketetapan pendukung di balik transformasi digital Indonesia. Koordinasi mereka berhadapan inovasi, koneksi video, dan lebih lanjut meningkatkan kolaborasi mereka melalui teknologi, memfasilitasi inklusi dan bisnis untuk berkembang di era digital. Saat teknologi terus berkembang, Mitratel siap untuk memajukan masa depan telekomunikasi dan kolaborasi digital di Indonesia dan di seluruh dunia. Mitratel, memanggani karyawan untuk bekerja bersama dengan efisien, terlepas dari lokasi fisik mereka.

4. Kolaborasi yang Lancar
Kolaborasi yang efektif menjadi inti dari Mitratel Smart Office. Alat-Tasdan alat kolaborasi mutakhir yang tersedia untuk Anda. Mulai dari konferensi video hingga ruang pertemuan virtual dan berbagi dokumen berbasis awan, alat-alat ini hadir untuk memuat upaya kolaborasi Anda lancar dan efisien, baik Anda bekerja dengan rekan-rekan di seluruh kantor atau di seluruh dunia.

5. Ruang Kerja yang Adaptif
Mitratel Smart Office menawarkan foto bilpa dalam memilih ruang kerja Anda. Baik Anda membutuhkan ruang untuk bekerja yang fokus, area terbuka untuk kolaborasi, atau ruangan pribadi untuk konferensi, Anda dapat mengadaptasi lingkungan sekitar Anda sesuai dengan tugas dan preferensi Anda. Fleksibilitas ini meningkatkan kenyamanan dan produktivitas Anda.

6. Pengembangan Profesional
Mitratel Smart Office menyediakan akses ke sesi pelatihan dan lokakarya yang membantu Anda tetap terkini dengan perkembangan teknologi terbaru. Lingkungan pembelajaran berkelanjutan ini memungkinkan Anda untuk meningkatkan keterampilan Anda dan tetap kompetitif dalam bidang Anda.

Gambar 3.3 Newsletter Mtel
 Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

Creative Newsletter yang dibentuk oleh penulis yakni mengusung konsep mengenai *Smart Office* yang berada di Mitratel. Pada *Newsletter* ini, bertujuan untuk menyampaikan kepada publik bahwa dengan adanya *Smart Office* yang berada di Mitratel ini membuat para pekerja atau *staff* nyaman bekerja disertai dengan teknologi dan fasilitas yang sangat memadai. *Newsletter* yang dibentuk dengan mengusung tema *Smart Office* ini ditujukan untuk menciptakan *image* di pikiran khalayak baik bagi perusahaan.

c. Media Monitoring

Media monitoring merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* untuk memantau berita dan mengevaluasi informasi yang dipublikasikan di berbagai media untuk mengetahui isu-isu yang terjadi di publik. Pada praktik kerja magang yang dilakukan di PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) hal yang penulis lakukan terkait pekerjaan *Media Monitoring* yaitu memantau di bagian sosial media dengan memperhatikan dan menghitung performa dari setiap media dari berbagai sosial media yang dimiliki perusahaan yaitu Facebook, Twitter, Instagram, dan Linked In.





Gambar 3.4 Performa Konten Media Sosial
Sumber : Mitratel (2023)

Setelah memantau *Social Media Performa Growth*, langkah selanjutnya yaitu Membuat Power Point presentase yang berisikan hitungan *Followers Growth* yang menjadi bagian dari hitungan performa *followers* pada media sosial perusahaan dan evaluasi dari performa media sosial perusahaan.

No	Channel	Followers Growth	Content Performance					
			Highest			Lowest		
			R	E	ER	R	E	ER
1	Facebook	12(0.46%) - 2,6634	140	27	19,29%	215	20	9.30%
2	Instagram	346(5.94%) - 6,170	2,335	1,552	71,92%	1,553	177	10.10%
3	Twitter	4(1.64%) - 248	1,020	81	16,85%	76	6	7,64%
4	Linked In	360(1.97%) - 18,644	3,644	240	6,59%	2,150	36%	1,67%

Tabel 3.2 Evaluasi Performa Konten
Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

Namun Media Monitoring selanjutnya yang dilakukan oleh *officer intern* yaitu merekap berita dengan membedakan berita media cetak dan berita media online yang masih belum diketahui positif atau negatifnya. Berita-berita media tersebut ditujukan untuk mengetahui *draft* yang telah dibuat dan dipublikasikan serta untuk mengetahui *update* berita terkait di perusahaan setiap harinya. Perekapan berita media tersebut dilakukan di setiap bulannya mulai dari bulan Oktober hingga Desember. Berita media tersebut diberikan kepada *Officer Intern* di setiap harinya. Perekapan berita

dilakukan dengan membedakan berita yang berada di website Mitratel dan juga website Kompetitor.

No	Tgl	Media	Judul	Isi
1	01/01/2023	mitratel.com	PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. Resmi Mengumumkan Hasil Rapat Direksi Tahunan 2022	PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. mengumumkan hasil Rapat Direksi Tahunan 2022 yang dilaksanakan pada tanggal 20 Desember 2022. Rapat tersebut membahas laporan keuangan, laporan tahunan, dan rencana bisnis perusahaan untuk tahun 2023.
2	02/01/2023	mitratel.com	PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. Resmi Mengumumkan Hasil Rapat Direksi Tahunan 2022	PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. mengumumkan hasil Rapat Direksi Tahunan 2022 yang dilaksanakan pada tanggal 20 Desember 2022. Rapat tersebut membahas laporan keuangan, laporan tahunan, dan rencana bisnis perusahaan untuk tahun 2023.
3	03/01/2023	mitratel.com	PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. Resmi Mengumumkan Hasil Rapat Direksi Tahunan 2022	PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk. mengumumkan hasil Rapat Direksi Tahunan 2022 yang dilaksanakan pada tanggal 20 Desember 2022. Rapat tersebut membahas laporan keuangan, laporan tahunan, dan rencana bisnis perusahaan untuk tahun 2023.

Gambar 3.5 Rekap Berita Media
Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

d. Weekly Activity Report

Weekly Activity Report merupakan catatan dari kegiatan penting mengenai kegiatan yang telah dilakukan dan dicapai oleh masing-masing unit pada perusahaan di PT Dayamitra Telekomunikasi yang disampaikan pada saat rapat direksi di setiap minggunya. Pada praktik kerja magang yang dilakukan, *officer intern* merekap hasil-hasil dari kegiatan yang telah dicapai oleh masing-masing unit pada saat rapat direksi dengan mencatat pembahasan dan hasil dari kegiatan pada masing-masing unit. Pembuatan *Weekly Activity Report* dengan dua model konsep yakni model Presentase dan model *Newsletter*.

Selain pekerjaan yang telah dijabarkan diatas, *officer intern* juga berkesempatan untuk membantu tim marketing untuk menjadi talent dalam membuat konten, membuat wordingan subtitle untuk konten perusahaan, membuat materi serta design presentase, mengikuti *minute meeting* yang dilakukan dengan beberapa unit lain di perusahaan dan berbagai rekan media yang akan menjalin kerjasama dengan mitratel, merekap agenda setting, dan mencatat setiap penghargaan dan pencapaian perusahaan yang diumumkan di website perusahaan dan media sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian kerja yang telah dijabarkan selama melakukan praktik kerja magang di PT Dayamitra Telekomunikasi, terdapat beberapa metode kerja *Corporate Communication* dengan mengkaitkan teori komunikasi.

Teori pertama yang menjadi acuan bagi penulis yaitu *The Stakeholder Concept* (Teori Pemangku Kepentingan). Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan bergantung pada seberapa baiknya organisasi dan perusahaan tersebut membangun hubungan dengan pelanggan, rekan, komunitas, dan lain-lainnya. Stakeholder memiliki peran penting dalam mengklarifikasi suatu perusahaan di mata publik dari identitas, peran, tanggung jawab, dan fungsinya (Frandsen, F, 2012). Dalam usahanya menjaga hubungan dengan para *stakeholder*, PR Metrodata menggunakan berbagai *communication tools* seperti News Release, Press Conference, dan Media Monitoring. Hal ini terbukti berdampak pada perkembangan identitas dan kredibilitas Mitratel yang semakin dikenal luas sehingga banyak organisasi, institusi, dan perusahaan yang telah mempercayai layanan produk dan jasa Mitratel dalam memenuhi kebutuhan serta mengatasi kendala terkait infrastruktur telekomunikasi.

Teori selanjutnya yang digunakan oleh penulis dalam laporan ini yaitu Teori Citra (*The Image Theory*). Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114) *The Image Theory* merupakan citra sebagai kesan dari suatu individu yang muncul untuk menggambarkan hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Dari beberapa jenis citra yang dibagikan oleh Frank Jefkins, terdapat salah satu jenis citra yang berkaitan dengan pekerjaan yang penulis lakukan selama praktik kerja magang yaitu *Corporate Image* (Citra Perusahaan) yang merupakan citra dari sebuah organisasi secara keseluruhan yang mencakup banyak hal yang positif seperti sejarah dan riwayat perusahaan, citra sebuah perusahaan, dan sebagainya.

Dalam praktik kerja magang di PT Dayamitra Telekomunikasi, penulis melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan PR yang nantinya ditujukan untuk membentuk pikiran khalayak tentang image di perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang. Beberapa pekerjaan yang dilakukan penulis untuk membentuk *image*

perusahaan yang ditujukan kepada khalayak harus dibentuk sebaik mungkin untuk membuat *image* yang baik bagi perusahaan seperti mencatat hal-hal yang telah berhasil dicapai oleh perusahaan dari sejarah dan riwayat, kegiatan pencapaian perusahaan, dan sebagainya yang membentuk image baik bagi perusahaan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama praktik kerja magang berlangsung, tentunya penulis mendapatkan kendala. Berikut kendala yang penulis alami saat praktik kerja magang di PT Dayamitra Telekomunikasi berlangsung :

1. Pada proses melaksanakan kerja magang, seringkali merasa terhambat pada saat pelaksanaan kerja Media Monitoring dikarenakan pekerjaan yang diberikan mengenai Media Monitoring sangat terbatas sehingga *officer intern* tidak mendapatkan ilmu mengenai pemberitaan berita positif negatif dan pengolahan isu manajemen
2. Pada proses pembuatan *Creative Newsletter*, memiliki hambatan pada saat membuat *text*, mencari gambar, dan membuat *design* halaman yang menarik sehingga cukup memakan waktu yang lama untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan.
3. Pada saat membuat *Press Release*, mengalami hambatan pada saat menentukan judul yang menarik, kurangnya mendapatkan informasi yang *detail*, dan kesalahan gramatikal yang membuat tidak profesional.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang dialami selama praktik kerja magang berlangsung, berikut solusi untuk menghadapi kendala yang ada selama praktik kerja magang :

1. Saat mengalami kehambatan tidak mendapatkan pekerjaan Media Monitoring, alangkah lebih baiknya proaktif dalam meminta pekerjaan yang sesuai dengan Media Monitoring sehingga bisa mendapatkan ilmu atau *hard*

skills mengenai pengolahan berita positif dan negatif serta pengolahan isu manajemen tersebut.

2. Sebelum membuat *Creative Newsletter*, mencari inspirasi konten yang kreatif melalui berbagai *website* agar memudahkan pada saat pembuatan *Creative Newsletter* dalam menentukan ide-ide konten menarik agar hasil dari *Creative Newsletter* bisa lebih maksimal.
3. Pada saat proses pembuatan *Press Release*, memposisikan diri sebagai pembaca sehingga dapat menemukan unsur yang menarik dan relevan bagi pembaca agar pesan utama tersampaikan bagi pembaca, memastikan bahwa memiliki semua informasi yang dibutuhkan dengan berkomunikasi dengan pihak yang terkait untuk mendapatkan detail yang dibutuhkan, dan selalu periksa tata Bahasa dan ejaan secara menyeluruh.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA