



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Praktik kerja magang yang penulis jalani selama 3 bulan dari periode 15 Agustus 2016 sampai dengan 15 November 2016 bertempat di Prudential *Life Assurance* Indonesia yang beralamat di jalan Jendral Sudirman kavling 79. Penulis di tempatkan pada department *Corporate Marketing & Communication* atau bisa disingkat dengan CMC.

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis mempunyai dua *user* atau pembimbing yang bertanggung jawab penuh terhadap penulis. Kedua *user* tersebut adalah Mba Fina dan Mba Arky. Mereka berdua menempati posisi sebagai *Assistant Manager*. Mba Fina dan Mba Arky selalu memberikan arahan dan membimbing penulis dengan baik dari awal sampai akhirnya penulis selesai melakukan praktik kerja magang.

Tugas-tugas yang diberikan kepada penulis tentu saja berada dibawah naungan dari kedua *user* penulis. Tidak ada satupun dari kegiatan dan pekerjaan penulis yang tidak diketahui oleh kedua *user* tersebut. Teman-teman satu *department* CMC tentu nya bisa meminta bantuan kepada penulis untuk melakukan suatu pekerjaan, tetapi tetap harus sesuai perijinan dari *user* penulis.

Semua tugas yang diberikan oleh *user* selalu penulis kerjakan dengan sebaik mungkin dan sesegera mungkin. Penulis berusaha untuk memaksimalkan hasil kerja untuk menunjang pekerjaan yang lebih baik. Setelah selesai mengerjakan tugas yang diberikan, penulis menyerahkan tugas tersebut kepada *user* untuk di cek kebenarannya.

*User* penulis tidak segan-segan menegur penulis jika adanya kesalahan yang penulis lakukan. Teguran dan arahan tentu nya diberikan kepada penulis agar penulis tahu letak kesalahan penulis dan sesudahnya *user* penulis akan mencontohkan mana yang benar. Jika penulis sudah selesai melakukan tugas yang diberikan, penulis bisa membantu pekerjaan dari divisi lain jika dibutuhkan. Tetapi dengan syarat *user* penulis sedang tidak membutuhkan penulis untuk melakukan suatu hal. Sebagai mahasiswa magang, penulis harus bersedia untuk bisa

melakukan *job desk* apapun asal masih dalam satu *department*. Di *department* CMC ini, penulis diberikan *job desk* untuk melakukan kegiatan yang ada di *Digital Communication, Internal Communication, Advertising, dan Event Management*.

Dari keempat garis besar *job desk* yang penulis lakukan, penulis dituntut untuk bisa berinteraksi secara baik dengan divisi-divisi terkait agar bisa mempermudah pekerjaan. Komunikasi yang baik tentu saja akan membuat penulis mengenal para *staff, manager, senior manager, AVP*, dan bahkan direktur utama *department* CMC.

Penulis juga diberikan tugas, baik secara langsung ataupun tidak langsung lewat *email, internet*, panggilan telepon maupun koordinasi secara lisan. Selain itu penulis juga aktif dalam meminta pekerjaan, pembelajaran dan bimbingan dari pihak-pihak yang terkait.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Menyandang status "*internship*" membuat penulis harus siap menerima pekerjaan yang diberikan oleh *user* penulis. Pekerjaan dan tugas yang dilakukan penulis tentunya sesuai dengan batas pekerjaan yang bisa dikerjakan oleh mahasiswa magang.

Penulis mempelajari bahwa tidak semua pekerjaan di Prudential bisa dikerjakan oleh mahasiswa magang, dan sering kali hanya beberapa hal dalam skala ringan sampai sedang yang bisa dikerjakan oleh mahasiswa magang di perusahaan asuransi terbesar di Indonesia tersebut. Tugas yang penulis lakukan adalah di bidang *Digital Communication* yang berkaitan dengan aktivitas nasabah dan agen Prudential serta masyarakat Indonesia yang ingin berinteraksi dengan Prudential melalui *media* sosial seperti *Facebook* atau bahkan *website* Prudential itu sendiri.

Ketika penulis melakukan tugas di bidang *Advertising*, penulis berurusan dengan form *Sign Off*. *Form Sign Off* merupakan formulir yang berisikan tentang prosedur permohonan *Design Request* dan *Design Approval Request*. *Design Request* merupakan *form* yang berisikan tentang satu *department* meminta untuk dibuatkan sebuah *design* baru yang isinya sudah diberikan oleh *department* tersebut. Lalu *form Design Approval Request* adalah *form* yang berisikan tentang

permohonan perijinan dan penerimaan *design* yang sudah dibuat oleh satu *department* untuk bisa naik cetak dan di *publish*.

Di dalam *form Sign Off* terdapat tanggal diterimanya oleh *department* CMC, nama *department* yang meminta *Sign Off*, PIC dari *Sign Off* tersebut, nama tipe dari *advertising*, tanggal *deadline*, dan tersedia tabel yang berisikan nama direktur dari *department* yang meminta *Sign Off*, dan nama-nama dari direktur yang *department* nya harus menyetujui bahan *advertising* tersebut.

Karena *department* CMC adalah *department* yang menjalankan *Sign Off* tersebut maka seluruh *form Sign Off* dari manapun *department* nya harus meminta tanda tangan dari *department* CMC. Adapun divisi *Corporate Communication* yang akan memeriksa isi dari konten *advertising* tersebut, dan *Corporate Marketing* yang memeriksa *design* dari warna-warna tersebut sudah sesuai dengan kriteria dari Prudential atau belum. Dan tidak kalah penting untuk memeriksa logo apakah logo sudah diberikan jarak 1P untuk *clear area*.

Jika *form Sign Off* dan bahan *advertising* sudah diperiksa lalu ditemukan kesalahan, maka *department* terkait harus melakukan revisi, baik secara isi konten ataupun secara *design*. Ketika sudah di revisi lalu masih ditemukan kesalahan maka revisi tetap harus dilakukan sampai benar-benar tidak ada lagi kesalahan. Ketika sebuah produk *advertising* yang baru ingin diluncurkan ke publik, maka *department Legal & Compliance* harus memeriksa isi konten dan *design* secara keseluruhan sebelum naik cetak. *Department Legal & Compliance* ini merupakan *department* hukum dan peraturan perundang-undangan yang ada di Prudential. Oleh sebab itu, *department* CMC sangat berkaitan sekali dengan *department Legal & Compliance*.

*Form Sign Off* yang bisa kita bilang sebagai *form* perijinan *design* ini harus benar-benar melalui sebuah prosedur yang panjang. Ketika sebuah *advertising* dinyatakan sah untuk di cetak dan di *publish*, maka *department* CMC lah yang harus menjalankan perijinan dengan meminta tanda tangan dan persetujuan dari petinggi-petinggi di *department* terkait.

Ketika *form Sign Off* sudah mendapatkan seluruh tanda tangan dari *department* terkait yang benar-benar harus menanda-tangani, barulah *form Sign Off* bisa dikembalikan kepada *department* terkait.

Tugas penulis yang ketiga adalah di bagian *Internal Communication*. Effendi (2003:89) mendefinisikan komunikasi *internal* adalah komunikasi yang berlangsung dalam ruang lingkup organisasi atau instansi. Selain itu, Paul A. Argenti (2009:60) menjelaskan *internal communication is a collaborative effort between the corporate communication and human resources departments, as it covers topic from employees benefit packages to the company's strategic objectives*. Dari pengertian di atas maka *internal communication* dapat diartikan sebagai upaya membangun dan menjaga hubungan strategis, harmonis dan saling menguntungkan antara perusahaan dan karyawannya.

Tugas yang dilakukan penulis untuk bagian *Internal Communication* adalah membuat artikel tentang aktivitas yang dilakukan oleh pihak *internal* dari Prudential. Dimana nantinya artikel-artikel tersebut akan dimasukkan kedalam majalah yang bernama PRUplanet dan PRUgalaxy yang akan dibagi tiap bulannya untuk kalangan *internal* Prudential. Dan masih banyak lagi yang nantinya akan penulis uraikan satu persatu dibagian uraian pekerjaan.

Lalu penulis juga melakukan pekerjaan dari *Event Management* yaitu membantu menyiapkan *merchandise* dari event PRU Syariah yang diadakan pada bulan Oktober lalu.



Tabel 3.1 *Timeline Pekerjaan Setiap Minggu*

No	Uraian Pekerjaan	Agustus			September					Oktober					November		
		1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
1	<b>Digital Communication</b>																
	a. Analisis Brand Ambassador																
	b. Social Engagement																
	c. Audience Engagement																
	d. Crisis Communication di Facebook																
	f. Tracking Website																
	e. Memasukan komentar kedalam Excel																
2	<b>Internal Communication</b>																
	a. Membuat artikel untuk majalah																
	b. Follow Up nama agent																
3	<b>Advertising</b>																
	a. Membuat Sign Off DAR & DR																
	b. Membuat Sign Off Summary																
	c. Marketing Code																



29 Agustus – 2 September 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Belajar membuat <i>Sign Off Summary</i></li> <li>3. Belajar melengkapi <i>marketing code</i></li> <li>4. Belajar membuat tulisan di Buletin PRUplanet dan PRUgalaxy</li> </ol>
4 5 – 9 September 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>Sign Off DAR</i> dan <i>DR</i>, membuat <i>Sign Off Summary</i> lalu mengedarkannya ke <i>department</i> terkait</li> <li>2. Menganalisis calon <i>brand ambassador</i> untuk PRUsyariah</li> <li>3. Membuat artikel untuk majalah PRUplanet dan PRUgalaxy</li> </ol>
5 12 – 16 September 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Folder Sign Off</i> dan menjalankan ke <i>department</i> terkait</li> <li>2. Membuat <i>Marketing Code</i></li> <li>3. <i>Compile Billboard</i></li> <li>4. <i>Social media engagement</i> di Facebook Prudential</li> </ol>
6 19 – 23 September 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melengkapi <i>Sign Off Summary</i> dan <i>Marketing Code</i></li> <li>2. <i>Audience engagement</i> di Facebook Prudential</li> <li>3. Menulis artikel untuk majalah PRUgalaxy dan PRUplanet</li> <li>4. <i>Follow-up</i> nama <i>agent</i> untuk <i>profile</i> di PRUgalaxy</li> </ol>
7 26 – 30 September 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Folder Sign Off</i> dan <i>Print Advertising</i></li> <li>2. Melengkapi <i>Sign Off Weekly Report</i></li> <li>3. Melakukan <i>tracking</i> terhadap <i>website</i> Prudential versi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris</li> <li>4. Menggantikan pekerjaan <i>user</i> ketika sedang tidak masuk</li> </ol>
8 3 – 7 Oktober 2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat dan menjalankan <i>Sign Off</i></li> <li>2. Membuat artikel untuk majalah PRUgalaxy dan PRUplanet</li> <li>3. Membuat <i>marketing code</i> dan <i>Sign Off weekly report</i></li> </ol>

	4. Menganalisis <i>Crisis Communication</i> di Facebook Prudential
9 10 – 14 Oktober 2016	1. <i>Folder Print Advertising</i> 2. <i>Social Media engagement</i> di Facebook Prudential 3. Membuat <i>review</i> artikel untuk <i>vendor</i> 4. Membuat dan menjalankan <i>Sign Off</i>
10 17 – 21 Oktober 2016	1. Melengkapi <i>Logbook Sign Off Summary</i> dan <i>Weekly Report</i> 2. Menggantikan pekerjaan <i>user</i> 3. Membuat artikel untuk majalah PRU <i>galaxy</i> dan PRU <i>planet</i> 4. Membuat <i>audience engagement</i> di Facebook Prudential
11 24 – 28 Oktober 2016	1. Membuat artikel untuk majalah PRU <i>galaxy</i> dan PRU <i>planet</i> 2. <i>Sosial media engagement</i> di Facebook 3. Menjalankan <i>Sign Off</i> dan membuat <i>Sign Off</i> 4. Membantu menyiapkan <i>merchandise</i> untuk event PRU <i>syariah</i>
12 31 Oktober – 4 November 2016	1. Membantu menjalankan <i>Sign Off parallel</i> 2. Membuat <i>logbook Sign Off Summary</i> dan <i>Weekly</i> 3. <i>Folder Print Advertising</i> 4. Membantu menyiapkan <i>merchandise</i> untuk event PRU <i>syariah</i>
13 7 – 12 November 2016	1. Membuat <i>Sign Off</i> DAR dan DR 2. Melengkapi <i>Sign Off Summary</i> dan <i>Weekly Report</i> 3. Membantu menjalankan <i>Sign Off</i> Paralel 4. <i>Compile Billboard</i>
14 14 – 15 November 2016	1. Menjalankan dan membuat <i>Sign Off</i> 2. Membuat <i>Customer Service Form</i> 3. <i>Compile Billboard</i>

	<p>4. Memasukan komen dan tanggapan masyarakat yang ada di <i>Facebook Prudential</i> kedalam <i>excel</i></p> <p>5. Melengkapi <i>Sign Off summary</i> dan <i>weekly report</i></p>
--	--

### 3.3 Pembahasan Kerja Magang

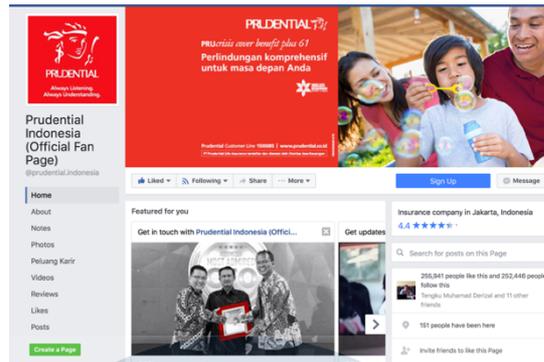
#### 3.3.1 Aktivitas Kerja Magang

##### 3.3.1.1 *Digital Communication*

*Digital Communication* atau komunikasi *digital* adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan didalam dunia *digital* atau maya dan tetap teradi *two way communication* atau komunikasi dua arah. Komunikasi *digital* ini sudah banyak dilakukan oleh setiap perusahaan dan setiap orang. Komunikasi digital bisa kita sebut juga dengan komunikasi di media baru. Everett M. Rogers (1986:17) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Bahkan secara tidak sadar, kita sudah melakukan kegiatan komunikasi *digital* setiap hari nya dan bahkan sudah menjadi kebiasaan dan bahkan prioritas kita dalam melakukan komunikasi. Perkembangan jaman yang sudah semakin maju juga membuat Prudential tetap ingin menjaga hubungan dengan *agent* serta nasabahnya meskipun ada jarak yang memisahkan. Penulis yakin, satu-satu nya cara agar Prudential tetap bisa menjangkau nasabah, *agent* serta masyarakat Indonesia yaitu dengan cara berinteraksi melalui komunikasi *digital*.

Komunikasi *digital* yang dilakukan oleh Prudential adalah dengan memberikan wadah kepada *agent*, nasabah dan masyarakat Indonesia untuk bisa menyuarakan suara mereka dengan menyediakan *Facebook Fan Page Prudential*.



Gambar 3.1 Facebook Fan page Prudential

### 1) Menganalisis calon *Brand Ambassador* untuk PRU syariah

Penulis diberikan tugas oleh user untuk menganalisis kegiatan calon *Brand Ambassador* yang sekiranya cocok untuk menjadi *Brand Ambassador* PRU syariah. PRU syariah adalah produk asuransi jiwa terkait investasi berdasarkan prinsip syariah dengan pembayaran kontribusi secara berkala yang memberikan fleksibilitas tak terbatas yang memungkinkan masyarakat untuk sewaktu-waktu mengubah jumlah pertanggungan, kontribusi serta cara pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan dapat mengubah kombinasi dana investasi syariah sewaktu-waktu.

Calon kandidat tersebut adalah Zaskia Adya Mecca. Penulis berusaha sebaik mungkin untuk menganalisis kegiatan Zaskia Adya Mecca di *media* sosial terutama di *Facebook*. Seluruh kegiatan dan aktivitas dari Zaskia Adya Mecca di *media* sosial dipantau oleh penulis terutama untuk setiap tulisan *status* nya di *facebook*. Untuk mencari *brand ambassador* PRU syariah tentu nya harus memiliki riwayat baik dan tidak membuat keonaran di *media* sosial. Setiap *status* yang ada di akun *Facebook* Zaskia Adya Mecca ini bisa penulis golongan sebagai artis yang baik dan tidak pernah berkomentar yang aneh di *Facebook*.

*Brand Ambassador* ini merupakan bagian dari *Marketing Public Relations* dimana perusahaan mencari seorang publik figur yang mempunyai kriteria yang pas untuk sebuah *event launching* produk dan bisa menjadi panutan bagi masyarakat luas sembari memasarkan sebuah produk

baru. Dari sini penulis bisa mempelajari, jika Prudential jadi untuk menggunakan Zaskia Adya Mecca sebagai *Brand Ambassador*, maka Zaskia harus bisa bersikap ramah dan menjadi panutan dalam hal syariah tetapi harus sembari memasarkan produk mengenai PRUsyariah.

Pengertian *Brand Ambassador* dapat diartikan sebagai Selebritas akan bersikap atau bertindak sebagai penyalur, pembicara, dan penghubung dalam sebuah iklan untuk memperkenalkan sebuah produk atau jasa kepada konsumen sehingga penggunaan selebritas, atlet, dan ataupun public figure dianggap sebagai perwakilan dari identitas produk (Khatri, 2006).

Dari analisis *Brand Ambassador* ini konsep yang bersangkutan dengan mata kuliah penulis adalah konsep *Marketing Public Relations*. Karena di dalam MPR terdapat pengetahuan bahwa *Brand Ambassador* adalah hal yang penting untuk melakukan sebuah pemasaran. Karena dengan adanya *Brand Ambassador*, mereka bisa memasarkan produk kepada masyarakat dengan melakukan pendekatan.

## **2) Social media engagement di Facebook Prudential**

Tugas penulis selanjutnya adalah *social media engagement* melalui *Facebook fan page* Prudential Indonesia yang sudah ada di gambar 3.1. Tugas yang penulis lakukan untuk melakukan sebuah pengukuran sosial media di *Facebook fan page* Prudential adalah melakukan pengukuran dari seberapa banyak *agent*, nasabah dan masyarakat yang menyukai unggahan dari *Facebook fan page*.

Penulis mengukur seberapa banyak yang menyukai, tidak menyukai, berkomentar, dan bahkan mengukur seberapa banyak yang menyebarkan kembali isi dari unggahan yang ada di *Facebook fan page* Prudential Indonesia. *Social media* ini merupakan konsep *Online PR*, karena didalam *Oline PR* terdapat bagaimana cara nya untuk melakukan *engagement* dalam hal menjalin dan menjaga *social media* tetap baik dan tetap diperhatikan oleh masyarakat.

Menurut Bob Julius Onggo dalam "*Cyber Public Relations—Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online, Online PR* adalah kegiatan *Public Relations* yang menggunakan *internet* sebagai *media* komunikasi. *Media internet* dimanfaatkan oleh PR untuk membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan publik. Ribuan *on-to-one relations* dapat dibangun secara simultan melalui *media internet* karena sifatnya yang interaktif.

Oleh sebab itu *Facebook* merupakan sarana dari Prudential untuk membangun citra serta memelihara hubungan yang baik dengan nasabah dan masyarakat Indonesia.

### **3) Audience engagement di Facebook Prudential**

Selain sosial *media* yang di ukur, tugas penulis berikutnya adalah melakukan pengukuran terhadap pengguna *Facebook* yang aktif dalam melakukan komunikasi dan interaksi di *Facebook fan page* Prudential Indonesia. Setiap *agent*, nasabah atau pun masyarakat yang berkomentar di *Facebook fan page* akan penulis teliti dan telusuri aktivitas mereka di akun *Facebook* mereka sendiri.

Cara mengukurnya adalah penulis membuka satu persatu akun yang menaruh komentar di unggahan yang ada di *Facebook fan page* Prudential. Setelah penulis membuka profil *Facebook* mereka, penulis akan mengetahui kalau orang tersebut adalah *agent* atau nasabah ataupun masyarakat biasa. Setelah penulis ukur siapa yang lebih banyak berkomentar di *Facebook fan page* Prudential, maka data tersebut penulis catat dan masukan didalam *excel* untuk data yang nanti nya akan penulis berikan kepada *user* penulis.

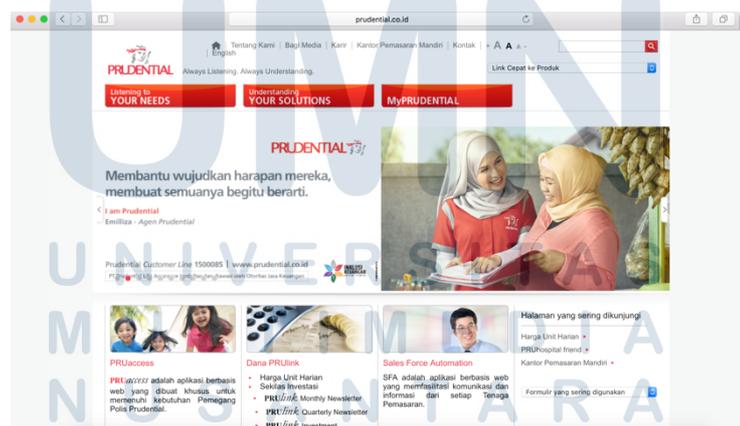
Sama halnya dengan *social media engagement* di atas, *audience engagement* ini juga berhubungan dengan *Online PR*, dimana terdapat hal-hal mengenai *audience* yang harus diperhatikan agar tetap bisa berhubungan baik dengan perusahaan.

#### 4) Melakukan *tracking* terhadap *website* Prudential versi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris

Penulis melakukan *tracking* didalam *website* Prudential yang versi Bahasa Indonesia dan versi Bahasa Inggris. Dari *tracking* tersebut penulis hanya memasukan kata kunci untuk mencari sebuah informasi. Ternyata informasi yang keluar lebih lengkap pada *website* yang menggunakan Bahasa Indonesia dari pada *website* yang berbahasa Inggris. Secara tidak langsung penulis bisa melihat bahwa *website* versi Bahasa Indonesia lebih *update* ketimbang dengan *website* yang berbahasa Inggris. Penulis berpendapat hal itu bisa terjadi di karena kan *website* dengan Bahasa Indonesia lebih sering dicari dan dibuka oleh *agent*, nasabah serta masyarakat luas untuk mencari tau tentang informasi Prudential. *Tracking* yang dilakukan penulis ini akan penulis laporkan kepada *user* penulis agar pihak Prudential mengetahui hal tersebut.

*Tracking website* juga merupakan hal yang termasuk dalam konsep *Online PR*. Karena penulis melakukan pencarian seberapa *update*, *website* yang ada di Prudential baik yang versi Indonesia ataupun yang Inggris.

Gambar 3.2 *Website* Prudential versi Bahasa Indonesia



Gambar 3.3 Website Prudential versi Bahasa Inggris



### 5) Menganalisis *Crisis Communication* di Facebook Prudential

Didalam *Facebook fan page* tentu nya akan ada banyak sekali komentar-komentar dari masyarakat tentang Prudential, dan tidak menyangkal ada nya komentar-komentar negatif dari khalayak luas. Tentu nya komentar-komentar tersebut berdasarkan dari mereka yang tidak puas dengan layanan Prudential ataupun layanan dari *agent* Prudential yang tiba-tiba tidak ada kabar dan tidak memberikan informasi lengkap kepada nasabahnya.

Hal-hal seperti ini tentu nya akan sering terlihat dalam *Facebook fan page* Prudential. Penulis diberikan tugas untuk mengelompokkan jenis-jenis dari krisis komunikasi apa saja yang disampaikan oleh *agent* atau nasabah ataupun masyarakat. Lalu setelah itu akan penulis kembalikan lagi kepada *user* untuk dicek kebenarannya.

Menganalisis krisis dari komunikasi yang ada di *Facebook Prudential* merupakan konsep dari *Crisis Communication* yang penulis pelajari di kampus. Menurut Robert P. Powel (2011:68) menyatakan bahwa krisis adalah kejadian yang tidak diharapkan, berdampak dramatis, kadang belum pernah terjadi sebelumnya yang mendorong organisasi kepada suatu kekacauan.

Dari melihat *Crisis Communication* yang ada di *Facebook Fan page Prudential* ini, penulis bisa melihat apakah *crisis* tersebut akan menjadi

*crisis* yang akan memiliki dampak jangka panjang atau tidak ataupun hanya fenomena sesaat. Penulis juga sering kali melihat perilaku nasabah ataupun masyarakat di *Facebook* untuk memahami dan mencegah terjadinya *crisis communication* kembali.

#### **6) Memasukan komen dan tanggapan masyarakat yang ada di *Facebook Prudential* kedalam *excel***

Dari komentar dan tanggapan yang ada di *Facebook fanpage Prudential*, penulis ditugaskan untuk memasukan dan mengelompokan mereka kedalam satu tabel untuk bisa dimasukkan kedalam *excel* dan diserahkan kepada *user* penulis. Ini merupakan tugas lain yang dilakukan penulis tanpa ada nya keterkaitan dengan konsep yang ada didalam *Public Relations*.

#### **3.3.1.2 Internal Communication**

Paul A. Argenti dalam bukunya yang berjudul *Corporate Communication sixth edition* (2013 : 64) menjelaskan bahwa *Internal Communication is a collaborative effort between the corporate communication and human resources departments, as it covers topics from employee benefit packages to the company's strategic objectives*. Demikian juga halnya dengan hubungan komunikasi internal yang ada di Prudential. Dengan sebaik mungkin Prudential menjalin hubungannya dengan para kaum *internal* nya agar segala sesuatu yang berhubungan dengan *internal* dapat berjalan dengan baik dan lancar.

#### **1) Membuat artikel untuk majalah PRUplanet dan PRUgalaxy**

Dalam kegiatan internal komunikasi yang penulis lakukan, penulis melakukan tugas yaitu membuat artikel untuk majalah *internal Prudential* yang bernama PRUplanet dan PRUgalaxy. PRUplanet merupakan majalah *internal* yang bertujuan untuk *staff management Prudential*. Isi dari majalah PRUplanet ini berisikan tentang kegiatan dan aktivitas yang dilakukan kaum *internal* perusahaan. Seperti misalnya kegiatan HR yang mengadakan

seminar, kegiatan wajib sosial yang harus dilakukan Prudential, lalu tentang *sport day* Prudential dan lain sebagainya.

Tugas penulis adalah melengkapi dan memeriksa apakah ada kesalahan dalam tulisan yang sudah disediakan oleh *vendor*. *Vendor* disini adalah *third party endorsement* yang menulis tentang kegiatan tersebut lalu yang akan mengoper isi majalah yang sudah fix untuk di *design* dan di cetak.

Lalu untuk majalah PRU*galaxy* adalah majalah yang ditujukan untuk *agent*, nasabah dan tenaga pemasaran. Isi dari majalah ini berisikan tentang profil *agent* yang berprestasi dan artikel-artikel ringan seperti *tips* dan *trick*. Lalu ada juga konten mengenai *Destination Review* yang akan mengulas tujuan-tujuan wisata keluar negeri yang didapatkan oleh *agent* yang berprestasi. Kembali tugas penulis adalah untuk memeriksa dan melengkapi artikel jika ada salah penulisan ataupun ada yang kurang. Setelah sudah lengkap semuanya barulah penulis berikan ke *user* penulis dan *user* penulis akan memberikan kepada *vendor* untuk di cetak dan di *design*.

Konsep yang berkaitan dengan hal penulisan artikel ini merupakan konsep dari *PR Writing* atau penulisan PR. Dimana penulis bisa membuat tulisan agar tulisan tersebut bisa berguna dan di mengerti bagi kaum *internal* dan eksternal nantinya yang akan membaca. Dari konsep *PR Writing* ini, kegiatan penulis bisa dimasukkan kedalam "*In House Magazine*", dimana segala sesuatu yang penulis tulis dan berupa artikel di masuk kan kedalam majalah *internal* Prudential.

## **2) Follow-up nama *agent* untuk profil di PRU*galaxy***

Seperti yang sudah penulis sebutkan diatas bahwa didalam majalah PRU*galaxy* terdapat pfofil-profil *agent* yang berprestasi. Karena pihak Prudential yang menentukan siapa yang menjadi *agent* terbaik maka penulis diberikan tugas untuk mencari tahu profil para *agent* yang sudah menjadi *agent* terbaik selama satu tahun.

Penulis mencari tahu dengan cara melihat dari sosial *media* mereka. Seperti dari *Facebook*, *Linked Ind*, *twitter*, *Instagram* ataupun *blog* mereka jika mereka mempunyai *blog*. Setelah penulis mendapatkan informasi

mengenai *agent* terbaik tersebut, penulis bisa membuat profil singkat mereka untuk di letak kan di dalam majalah PRU*galaxy*.

### 3.3.1.3 *Event Management*

Tugas yang penulis lakukan dalam bidang *Event Management* hanyalah mempersiapkan *merchandise* dan *souvenir* untuk acara PRU*syariah* yang akan digelar pada saat itu. Penulis diharuskan untuk memasukan barang-barang *merchandise* tersebut kedalam sebuah dus lalu di tulis dan di buat kan *list* nama-nama barang apa saja dan jumlah nya berapa yang terdapat didalam dus tersebut.

Menurut Goldblatt (2013 : 54) *Event Management* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan.

### 3.3.1.4 *Advertising*

*Advertising* yang ada di PT Prudential *Life Assurance* ini di khususkan kedalam divisi *Corporate Marketing*. Artian dari *marketing* disini adalah *marketing* untuk pemasaran sebuah iklan dan *advertising* yang ada di Prudential. *Advertising* bisa kita sebut juga dengan komunikasi pemasaran. John E Kennedy (2009:4) mendefinisikan bahwa komunikasi pemasaran adalah aplikasi komunikasi yang bertujuan untuk membantu kegiatan sebuah perusahaan.

Selain itu Phillip Kotler (2008:249) menyebutkan bauran komunikasi pemasaran yang bersangkutan dengan *advertising*. Bauran komunikasi tersebut termasuk dalam *Marketing Mix* yang didalamnya terdapat; *Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling, dan Direct Marketing*.

### 1) Menjalankan *Sign Off*

Pertama-tama penulis masih belum diizinkan untuk menjalankan *Sign Off*. Tetapi pada minggu ketiga penulis sudah boleh untuk menjalankan *Sign Off*. Dari menjalankan *Sign Off* ini penulis jadi belajar bahwa setiap konten yang ada di *advertising* haruslah di koreksi dan di berikan ijin oleh pihak hukum yang ada di Prudential. *Department* hukum yang ada di Prudential disebut dengan *Legal & Compliance*.

Dari *department Legal & Compliance* ini lah seluruh isi konten *advertising* dapat di *publish* jika sudah mendapatkan ijinnya. *Department Legal & Compliance* ini memeriksa isi konten tentu saja dengan persyaratan dan aturan yang sudah ada dari awal Prudential di dirikan pertama kali.

Setelah penulis menjalankan *Sign Off* kepada *department Legal & Compliance* barulah penulis bisa menjalankan *Sign Off* ke *department* lain yang bersangkutan. *Department* lain yang bersangkutan misalnya jika dari *department* CMC ingin meluncurkan sebuah *advertising* yang baru dan belum pernah di *publish* sebelumnya, maka *department* yang harus ada di formulir *Sign Off* adalah CMC, *Legal & Compliance*.

Jika ada satu *department* yang ingin membuat *advertising* maka direktur dan petinggi di *department* tersebut harus bertanggung jawab untuk mentanda tangani form *Sign Off* tersebut. Ketika *Sign Off* sudah mendapatkan tanda tangan dari CMC, *Legal & Compliance* dan *department* terkait barulah penulis bisa kembalikan ke *department* yang meminta *Sign Off* tersebut. Karena yang menjalankan perijinan haruslah *department* CMC dan tidak boleh dari *department* lain. Oleh sebab itu, penulis sangat beruntung karena mendapatkan kepercayaan untuk bisa menjalankan *Sign Off*.

Selain mendapatkan pengetahuan dari bagaimana menjalankan *Sign Off*. Penulis juga jadi bisa memahami tentang prosedur penanda tanganan *Sign Off* yang selama awal magang belum dipahami oleh penulis. Jika di *form Sign Off* terdapat nama-nama dari divisi *Corporate Communication*, itu artinya *Sign Off* yang di minta oleh *department* lain tersebut sifatnya baru dan belum pernah di *publish* sebelumnya. Dan selain itu jika ada nama

divisi *Corporate Communication* itu artinya mereka ingin melihat *design* dari segi konten atau isinya saja. Seperti misalnya ada kesalahan penulisan, atau kesalahan pada isi kalimat, dsb.

Dan jika pada form *Sign Off* kita menemukan adanya nama-nama dari divisi *Corporate Marketing* artinya divisi ini lah yang meminta sebuah *design*. Mereka menilai *design* yang tertera sudah sesuai atau belum dengan standart di Prudential. Mereka juga melihat apakah logo Prudential sudah benar, dan sudah mendapat *clear area* berjarak 1P atau belum, mereka juga memastikan warna-warna Prudential sesuai dengan standart warna yang ada.

Tetapi kalau ditemukan di form *Sign Off* hanya nama-nama dari divisi *Corporate Marketing* saja, artinya *Sign Off* tersebut hanya meminta persetujuan *design* dengan berarti isi konten mereka sudah benar karena tidak ada lagi tanda tangan dari divisi *Corporate Communication*. Selain itu juga, jika di form *Sign Off* hanya ada nama-nama dari CMC dan tidak ada persetujuan tanda tangan dari *department Legal & Compliance* itu berarti *advertising* yang ingin di setujui bersifat tertutup dan tidak di sebar ke publik.

Persetujuan dan perijinan *design* tidak bisa langsung di berikan ijin untuk di *publish*. Tentu saja kita manusia akan membuat kesalahan dalam melakukan sesuatu. Demikian juga dengan pembuatan *design* yang di muat dalam sebuah *Sign Off*. *Design* yang sudah dibuat sering kali ditemukan kesalahan dalam penulisan, warna yang tidak sesuai dengan standart prudential, logo Prudential tidak diberikan *clear area*, dan perijinan prosedur hukum terkadang menjadi penghalang untuk di luncurkannya sebuah produk *advertising*. *Department Legal & Compliance* sering sekali menemukan kesalahan dalam *design* dan isi konten lalu meminta CMC untuk melakukan revisi.

## **2) Membuat *Sign Off Summary*, *Logbook Sign Off Summary*, membuat *Marketing Code*, melengkapi *Sign Off Weekly Report***

Selain menjalankan dan membuat *Sign Off* penulis harus membuat *Sign Off Summary*, *Logbook Sign Off*, membuat *Marketing Code* dan melengkapi *Sign Off Weekly Report*. *Sign Off Summary* merupakan ringkasan dari seluruh *Sign Off* yang ada. Jadi dari *Sign Off* yang ada penulis harus catat nama tipe *Sign Off*, dan tanggal diterima sehingga penulis bisa melihat mana saja *form Sign Off* yang belum dijalankan atau pun yang sudah selesai dijalankan.

*Logbook Sign Off* merupakan daftar dari nama-nama *Sign Off* DAR dan DR. Segala bentuk *Sign Off* yang baru akan diluncurkan dan dibuat harus penulis catat dan buat penjelasannya di dalam *Logbook Sign Off* tersebut. Ketika *Sign Off* sudah selesai, penulis harus memberikan warna kuning pada tabel status *Sign Off*. Membuat *Marketing Code* merupakan salah satu pekerjaan penulis. *Marketing Code* merupakan kode yang harus ada di dalam sebuah *advertising* didalam *Sign Off*. Karena setiap *marketing code* tersebut harus diberikan kepada perusahaan percetakan nantinya agar tidak tertukar dengan bahan-bahan *advertising* lainnya. Jadi setiap bahan *Sign Off* yang ada harus penulis masukan *Marketing Code* yang ada di data *Microsoft Words*.

Lalu penulis juga membuat *Sign Off Weekly Report*. *Weekly Report* adalah laporan permingguan tentang *Sign Off*. Setiap *Sign Off* yang ada di penulis harus penulis tulis dan daftar di data *Weekly Report* tersebut. Sebenarnya seluruh kegiatan *Sign Off* yang penulis lakukan selama magang hampir sama semua, karena tugas utama penulis harus mencatat dan memperhatikan keluar masuk *Sign Off*.

## **3) Folder koran *advertising* (*Print Ad*)**

Selain mengurus *Sign Off*, penulis juga harus mengurus koran *advertising* yang berisikan iklan tentang Prudential. Koran-koran tersebut disebut juga dengan *Print-Ad*. Kebijakan yang ada di Prudential harus

menyimpan seluruh *Print-Ad* yang ada didalam satu *folder* . Jadi tiap minggu nya penulis harus menyimpan *print ad* yang ada didalam *folder*.

#### 4) *Compile Billboard*

Penulis juga membuat daftar-daftar papan *billboard* yang ada di daerah-daerah Indonesia. Guna nya adalah untuk mengetahui perkembangan *advertising* yang ada di setiap daerah berdasarkan papan *billboard*. Dan penulis juga diminta untuk melihat apakah *design* yang ada di papan *billboard* tersebut sudah sesuai dengan standart Prudential atau belum, dan melihat tentang letak logo Prudential yang sudah seringkali penulis bahas harus diberikan *clear area*. Daftar papan *billboard* ini penulis lakukan hampir setiap minggu nya sesuai arahan dari *user* penulis. Karena semua data papan *billboard* di daerah-daerah ada di *user* penulis.

