



### **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

Penulis berkesempatan untuk melaksanakan program kerja magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart), pada bagian *corporate communication manangement*, seperti *media relations*, *corporate social responsibility*, dan *media monitoring*, tetapi penulis memiliki tugas utama untuk melakukan salah satu kegiatan *corporate communication* yaitu *media monitoring* pada perusahaan tersebut. Dalam pekerjaan ini disesuaikan dengan program studi perkuliahan yang diikuti oleh penulis yaitu *corporate communication*. Divisi *corporate communication* adalah sub-divisi dari *corporate affairs* yang bekerja terintegrasi dengan keseluruhan divisi-divisi yang ada pada Alfamart.

*Corporate communication* memiliki kewajiban untuk menjaga, mempertahankan dan membangun citra dan reputasi, serta melakukan penyebaran informasi perusahaan. Kedudukan penulis selama menjalankan praktik kerja magang pada divisi *corporate communication* di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) ini berada di bawah bimbingan Fakhriy Dinansyah, selaku PR *coordinator* Alfamart. Beliau yang mengawasi dan mengarahkan penulis selama penulis melakukan pekerjaan di divisi *corporate communication* tersebut.

Dalam melakukan proses *media monitoring*, penulis juga berkoordinasi dengan bagian *media relations*, guna mengetahui seputar berita yang masuk dalam media cetak maupun *online*. Selama 3 bulan lamanya menjalani masa kerja magang, penulis banyak menambah ilmu pengetahuan baru seputar *corporate communication* khususnya *media monitoring*. Beberapa kali penulis juga sempat terlibat dengan divisi *marketing public relations* terkait *event* perusahaan dimana membuat pengalaman penulis bertambah khususnya pada ranah divisi PR.

### 3.2 Tugas-tugas yang Dilakukan

Berikut adalah kegiatan penulis selama praktik kerja magang di Alfamart. Penulis memakai sejumlah cara yang harus dilakukan untuk dapat mencapai tujuan yang tepat dan diinginkan.

**Tabel 3.1 Tabel Realisasi Magang**

Minggu ke-	Pekerjaan yang Dilakukan
1 – 4	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Briefing</i> oleh PIC khusus <i>internship</i> tentang sistem dan aturan kerja magang.</li><li>• Pengenalan struktur organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.</li><li>• Mempelajari sejarah atau garis besar tentang perusahaan.</li><li>• Mulai <i>monitoring</i> berita tentang Alfamart melalui media cetak (koran).</li><li>• Mengumpulkan dan memisahkan berita positif dan negatif.</li><li>• Memotong kolom yang berisi berita.</li><li>• Membuat tabel (Draft untuk kliping) dan memasukan data atau berita yang didapat dalam bentuk <i>Ms.Excel</i> dengan format yang ditentukan.</li><li>• Setelah semua berita terkumpul dan sudah dikliping, membuat daftar atau <i>draft PR Commercial Value</i>. Total keseluruhan akan membuktikan kinerja PR yang sesungguhnya.</li><li>• Membuat <i>Press Release</i> tentang <i>event</i> Albi Rising Star Alfamart 2016.</li><li>• <i>Technical Meeting</i> Albi Rising Star Alfamart 2016 di MNC TV.</li><li>• <i>Press Conference</i> Albi Rising Star Alfamart 2016.</li></ul>
5 – 9	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mulai <i>monitoring</i> berita tentang Alfamart melalui media</li></ul>

	<p>cetak (koran).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengumpulkan dan memisahkan berita positif dan negatif.</li> <li>• Memotong kolom yang berisi berita.</li> <li>• Membuat tabel (Draft untuk kliping) dan memasukan data atau berita yang didapat dalam bentuk <i>Ms.Excel</i> dengan format yang ditentukan.</li> <li>• Setelah semua berita terkumpul dan sudah dikliping, membuat daftar atau <i>draft PR Commercial Value</i>. Total keseluruhan akan membuktikan kinerja PR yang sesungguhnya.</li> <li>• Membuat <i>draft Press Release</i> tentang Pameran <i>Franchise 2016</i>.</li> <li>• Membuat <i>draft Press Release</i> tentang Hari Pelanggan Nasional 2016.</li> <li>• Menghadiri <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional 2016 di Toko Alfamart.</li> <li>• Menghadiri <i>event</i> Hari Pelanggan Nasional 2016 di Toko DANDAN.</li> <li>• Membuat <i>draft Press Release</i> tentang Alfaland.</li> <li>• Membuat <i>draft Press Release</i> tentang Funwalk Alfamart 2016.</li> <li>• Menjadi PIC (Person In Charge) donor darah untuk internal perusahaan.</li> </ul>
10-12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghadiri acara HUT Alfamart dengan mengadakan Funwalk Alfamart 2016 di Tigaraksa Tangerang.</li> <li>• Mulai <i>monitoring</i> berita tentang Alfamart melalui media cetak (koran).</li> <li>• Mengumpulkan dan memisahkan berita positif dan negatif.</li> <li>• Memotong kolom yang berisi berita.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat tabel (Draft untuk kliping) dan memasukan data atau berita yang didapat dalam bentuk <i>Ms.Excel</i> dengan format yang ditentukan.</li> </ul> <p>Setelah semua berita terkumpul dan sudah dikliping, membuat Daftar atau <i>draft PR Commercial Value</i>. Total keseluruhan akan membuktikan kinerja PR yang sesungguhnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjadi bagian dalam <i>event Alfamart Class 2016</i> di SMK Muhammadiyah 1 Curug.</li> <li>• Membuat <i>draft</i> artikel tentang donasi konsumen.</li> </ul>
13 – 16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai <i>monitoring</i> berita tentang Alfamart melalui media cetak (koran).</li> <li>• Mengumpulkan dan memisahkan berita positif dan negatif.</li> <li>• Memotong kolom yang berisi berita.</li> <li>• Membuat tabel (Draft untuk kliping) dan memasukan data atau berita yang didapat dalam bentuk <i>Ms.Excel</i> dengan format yang ditentukan</li> <li>• Setelah semua berita terkumpul dan sudah di klipping, membuat Daftar atau <i>draft PR Commercial Value</i>. Total keseluruhan akan membuktikan kinerja PR yang sesungguhnya.</li> <li>• Menghadiri <i>Press Confrence</i> kerjasama Alfamart dengan Line dalam program <i>Marketing Communication</i> tentang promo 10% belanja di Alfamart dengan memakai aplikasi LINE.</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 *Media Relations*

Selama kerja magang di Alfamart, penulis ditempatkan pada divisi *corporate communication* yang di dalamnya terdapat beberapa *jobdesk* seperti salah satunya yaitu *media relations*. Penulis mendapat kesempatan untuk berhubungan dengan para wartawan. Bagaimana ketika suatu kegiatan berlangsung, seorang PR harus memantau kerja mereka, mengarahkan mereka agar memberitakan hal-hal positif tentang perusahaan kita, membagikan *press release* kepada setiap wartawan yang datang. Penulis mengimplementasikannya pada beberapa acara yang pernah penulis ikuti yaitu acara *Albi Rising Star 2016* yang diadakan oleh grup MNCTV, acara tersebut merupakan acara kerja sama Alfamart dengan MNCTV yang mana bertemakan tentang ajang pencarian bakat untuk anak-anak berbakat Indonesia. Penulis membuat *draft press release* tentang acara tersebut dan kemudian penulis membagikan *press release* tersebut kepada para wartawan media yang sudah masuk daftar undangan pada *press conference* acara tersebut. Penulis juga mendokumentasikan *event Albi Rising Star 2016* tersebut.

Acara yang termasuk dalam pengimplementasian relasi dengan media yaitu Funwalk HUT Alfamart 2016 yang diadakan di Tigaraksa Kabupaten Tangerang. Penulis bertanggung jawab dalam mengawasi media mana saja yang sudah datang yang sebelumnya sudah dihubungi via telepon atau *email* oleh rekan penulis di kantor. Penulis juga mendokumentasi dalam bentuk foto untuk di kirim kepada media yang tidak sempat datang dan media tersebut akan memakai hasil foto tersebut dengan berita yang dibuat. Tidak disangka salah satu hasil foto penulis dimuat oleh mereka di media cetak dengan berita yang positif.

Tidak berhenti di situ, penulis bertanggung jawab pula untuk membuat *draft press release* untuk salah satu acara besar perusahaan yaitu Hari Pelanggan Nasional 2016, acara tersebut merupakan acara rutin tahunan yang diadakan perusahaan untuk mendekatkan diri dengan konsumen loyal Alfamart yang sudah setia sehingga Alfamart bisa menjadi industri ritel terbesar di Indonesia dan sudah

menginjak 17 tahun. Penulis terjun langsung dalam membagikan *press release* kepada rekan media agar memahami alur acara tersebut. Tidak lupa penulis kembali mendokumentasikan acara tersebut.

Penulis juga mendapat kesempatan untuk datang menghadiri acara besar perusahaan yang bekerjasama dengan perusahaan sosial media yang sudah tidak asing yaitu LINE. Acara tersebut merupakan program dari tim *marketing* Alfamart yang meminta bantuan tim *corporate communication* untuk mengundang media dan mendokumentasikan kegiatan acara tersebut. Acara tersebut merupakan konferensi pers tentang promo Alfamart yang bekerja sama dengan LINE. Untuk kedua kalinya salah satu hasil foto penulis dimuat oleh pers yang tidak datang, untuk kemudian memuat hasil foto penulis di media cetak dengan memuat berita yang positif.

Semua kegiatan di atas menggunakan teori *media relations* yang merupakan aktivitas komunikasi PR untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang. (Wardhani, 2008, h. 9). Bahkan mengelola hubungan yang baik dengan media menjadi sangat penting untuk menunjang kegiatan PR. Bahkan dibanyak organisasi, ukuran ke berhasilan kegiatan PR seringkali didasarkan pada jumlah pemberitaan yang disiarkan media massa. (Iriantara, 2005, h.80).

Aktivitas *media relations* yang kerap dilakukan pada departemen *public relations* pada sebuah perusahaan meliputi (Wardhani, 2008, h.14) :

1. Pengiriman siaran pers
2. Menyelenggarakan konferensi pers
3. Menyelenggarakan *media gathering*
4. Menyelenggarakan perjalanan pers
5. Menyelenggarakan *special event*
6. Menyelenggarakan wawancara khusus
7. Menjadi nara sumber media

Dari ke-8 aktivitas yang disebutkan di atas, penulis telah melakukan 3 dari antara 8 aktivitas tersebut seperti, pembuatan siaran pers, menyelenggarakan konferensi pers dan menyelenggarakan *special event*. Selain hal tersebut kegiatan *media relations* yang kerap dilakukan adalah *media monitoring*.

Jadi, beberapa paparan di atas cukup relevan dalam beberapa kegiatan penulis selama praktik kerja magang tersebut. Banyak sekali hal-hal yang relevan dengan aktivitas penulis. Dimulai dengan berhubungan baik dengan media, membuat *draft press release*, melakukan *press conference*, hadir dalam sebuah kegiatan perusahaan dengan media dan mendokumentasikan dalam bentuk foto dan dikirim ke media untuk publikasi. Semua akan berdampak pada citra dan reputasi perusahaan karena berhubungan dengan pemberitaan yang dikeluarkan oleh para wartawan atau media.

#### **3.3.1.1 Media Monitoring**

Di dalam kegiatan *media relations*, penulis juga melakukan aktivitas *media monitoring* yang mana hal tersebut merupakan salah satu bagian dari kegiatan *media relations*. Sebagai perusahaan besar, Alfamart selalu memperhatikan segala macam bentuk informasi dari publik terkait komunikasi yang telah diberikan kepada konsumen ataupun *stakeholders* terkait, termasuk juga media. Oleh karena itu dengan selalu memantau berita-berita terkait perusahaan, *media monitoring* dianggap penting karena hal tersebut salah satu upaya yang dapat membuat sebuah perusahaan bisa terus memantau kompetitornya. Tidak hanya memantau kompetitor, tetapi juga memantau aktivitas-aktivitas perusahaan yang bersifat positif ataupun negatif.

Selama melakukan kegiatan *media monitoring*, penulis menemukan manfaat dari kegiatan tersebut. Manfaat melakukan *media monitoring* selain berguna untuk menyimpan data kumpulan informasi tentang perusahaan, *media monitoring* juga mempermudah para petinggi perusahaan dalam mengambil suatu keputusan. *Media monitoring*

membutuhkan ketelitian karena berita yang didata akan dikirimkan kepada para wartawan dan para petinggi perusahaan.

Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan di Alfamart dikerjakan dengan sangat rapi dan tersusun, karena berita yang didapat langsung diproses sesuai dengan ketentuan pada perusahaan tersebut. Penulis fokus kepada pemberitaan terkait APRINDO dan Alfamart dengan beberapa anak perusahaannya. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui berapa banyak pemberitaan terkait Alfamart atau yang berhubungan dengan perusahaan itu sendiri, positif ataupun negatif. *Media monitoring* atau pemantauan media, pada dasarnya merupakan kegiatan mengikuti apa yang dilaporkan media, khususnya pemberitaan positif dan negatif bagi organisasi. Dalam memantau media biasanya dilakukan kegiatan-kegiatan seperti (Iriantara, 2008, h. 208):

- a) Tabulasi setiap hari,
- b) Menelaah berita-berita tersebut untuk menentukan apakah organisasi diberitakan secara positif atau negatif,
- c) Menilai apakah berita tersebut memuat pesan yang disampaikan organisasi,
- d) Mengidentifikasi pesan-pesan yang disampaikan organisasi disiarkan media,
- e) Menilai isu-isu tertentu yang menjadi perhatian media.

*Media monitoring* atau proses pemantauan media adalah proses membaca, memperhatikan, atau mendengarkan konten editorial dari media baik cetak maupun *online*, kemudian mengidentifikasi, mendokumentasikan dan menganalisis konten dari *keywords* yang sudah ada. Kegiatan *media monitoring* ini dilakukan oleh penulis dalam dua tahap. Tahap pertama dimulai pukul 08.00 WIB dengan membaca media cetak atau koran yang sudah menjadi langganan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Tahap kedua setelah memantau media cetak adalah *media monitoring online*. Biasanya kegiatan ini dimulai pukul 13.00 WIB setelah makan siang. Alfamart juga sudah memiliki daftar media *online* yang

harus dilakukan proses *monitoring* meskipun saat melakukan *monitoring* berlangsung, sering kali ditemukan ketidaksesuaian dengan yang tertera pada daftar dan itu tidak menjadi suatu masalah.

**Tabel 3.3.1.1.1 Tabel *Media Monitoring***

<b>Media Cetak</b>	<b>Media Online</b>
Bisnis Indonesia	Detik.com
Investor Daily Indonesia	Kompas.com
Kompas	Okezone.com
Media Indonesia	Beritasatu.com
Kontan	Metrotvnews.com
Republika	Tribunnews.com
Koran Sindo	Liputan6.com
Pikiran Rakyat	Cnnindonesia.com
Pos Kota	Republika.co.id
Radar Banten	Sindonews.com
Tangsel Pos	Merdeka.com
Tangerang Raya	
Rakyat Merdeka	
Tangerang Ekspres	
Satelit News	
Warta Kota	

Dalam melakukan tugasnya, penulis lebih sering membaca media cetak berupa Koran, karena penulis membagi tugasnya dengan Marison Hutabarat selaku salah satu pembimbing praktik kerja magang yang bertugas dalam bidang *media monitoring* agar bisa meminimalisir waktu penyelesaian tugas. Hal tersebut sering dilakukan hanya ketika melakukan kegiatan *media monitoring* pada media cetak saja.

Penulis mulai melakukan *media monitoring online* biasanya setelah media cetak sudah dikerjakan. Berita yang sudah didapatkan oleh media segera dilakukan *scan* dan edit menggunakan *adobe photosop* lalu konten berita yang sudah melalui proses *editing*, disebar melalui media internal perusahaan yang bernama “Info Sahabat”. Media “Info Sahabat” merupakan media untuk menyebarkan berita khususnya konten berita positif kepada seluruh karyawan perusahaan Alfamart, agar semua tahu kinerja perusahaan selama ini di dalam pemberitaan media.

Lebih terperinci adalah, media cetak yang didapatkan dari koran atau majalah harus dilakukan *scanning* terlebih dahulu agar dapat melewati proses pengeditan. Setelah itu digunting secara rapi, lalu ditempel pada kertas dengan format yang dibuat sebelumnya

Sedangkan untuk berita *online*, penulis harus mencari berita sesuai dengan *keywords* yang sudah disediakan dalam media *online* yang sudah ditentukan. Lalu berita yang didapat dimasukkan ke dalam *microsoft words* yang sudah disediakan. Setelah terkumpul rapi, *link* tersebut diedit dan disebar melalui “Info Sahabat”.

Apabila semua berita baik cetak maupun *online* sudah terkumpul, penulis mulai menghitung *PR commercial value* berita yang terkandung dalam media cetak atau *online* tersebut. Tentu penulis melakukan ini di bawah bimbingan teman-teman senior agar mendapatkan hasil yang sesuai. Jadi, beberapa paparan kegiatan *media monitoring* di atas sudah cukup relevan dengan apa yang penulis kerjakan dalam lingkungan kerja

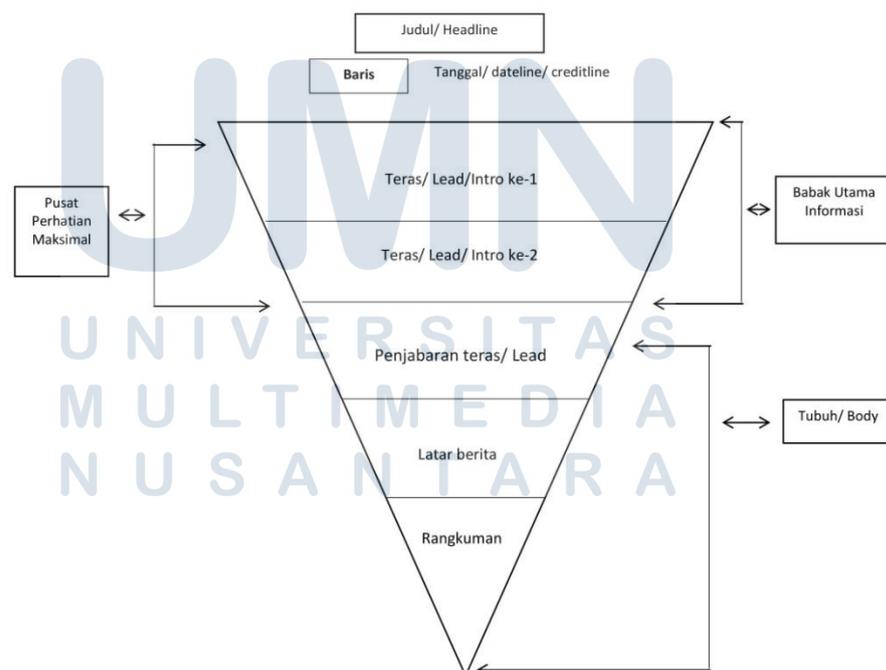
magang karena berhubungan dengan apa yang seharusnya dilakukan pada saat melakukan *media monitoring*.

### 3.3.1.2 Pembuatan *Press Release*

Kegiatan membuat *press release* merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh *staff* atau karyawan khususnya divisi *corporate communication* Alfamart ini. Menurut Peter Henshall & David Ingram (2000, Dikutip dalam Wardhani, 2008, h.80) siaran pers merupakan cerita yang ditulis oleh insan pers atau humas, dan dikirim ke setiap surat kabar dan stasiun penyiaran. Dalam praktik kerja magang, penulis juga memiliki kesempatan untuk membuat *draft press release* terkait tentang perusahaan.

**Gambar 3.3.1.2.1 Model siaran pers Mappatoto** (Wardhani, 2008, h.91).

menggambarkan struktur piramida terbalik dalam pembuatan siaran pers sebagai berikut :



Pada gambar di atas menurut model susunan *press release* Mappatoto dijelaskan bahwa judul berfungsi sebagai etalase berita yang harus ditulis dengan

bahasa yang jernih sehingga tidak menimbulkan pengertian ganda. Baris tanggal adalah ruang untuk menunjukkan tempat berita dibuat dan tanggal pembuatan berita. Sebaris dengan *creditline* yang menunjukkan jati diri media. Alinea pertama dari berita disebut pusat perhatian maksimal atau teras, atau *lead*, atau *intro* dari berita yang dapat disarikan untuk dijadikan judul berita.

Isi teras berisi jawaban semua unsur 5 W + 1 H (disebut teras formal) atau jawaban dari dua atau tiga unsur saja (teras informal). Sesudah teras bagian berikutnya disebut “Tubuh Berita”, tempat menguraikan lebih lanjut unsur-unsur tersebut. Latar berita merupakan keterangan yang akan memperjelas unsur “siapa, apa, dimana, mengapa, dan bagaimana”. Sedangkan bagian rangkuman sebenarnya merupakan latar yang berisi “catatan dibuang sayang” dari suatu peristiwa. Bagian ini dapat dipotong kalau ruangan tidak mengijinkan.

Berikut daftar *draft press release* yang pernah dibuat oleh penulis selama masa kerja magang:

- *Press release* mengenai Hari Pelanggan Nasional 2016.
- *Press release* mengenai Albi Rising Star Alfamart 2016.
- *Press release* mengenai kerja sama Alfamart dengan Kingland *Property* yang akan membangun *apartment* Alfaland.
- *Press release* mengenai Funwalk HUT Alfamart 2016 Seluruh Indonesia.
- *Press release* mengenai *Asia Best Employer Brand Awards*.
- *Press release* mengenai Pameran *Franchise* 2016.

Pada perusahaan Alfamart sendiri, perusahaan mempunyai karakter *straight news* dalam membuat *press release*. Tidak ada kata-kata yang menunjukkan kesan boros dalam kalimat, kecuali dalam membuat suatu artikel untuk tabloid. Model penyusunan *press release* di atas cocok dengan *draft press release* yang penulis susun selama praktik kerja magang.

### 3.3.2 Mengimplementasikan Program *Corporate Social Responsibility*

Kegiatan sosial pada suatu perusahaan sudah semestinya berfokus pada kesejahteraan khalayak internal dan eksternal dalam keberlangsungan organisasinya, dengan membuat program *Corporate Social Responsibility* atau CSR yang baik dimata publik dan *stakeholdersnya*. Begitu juga dengan Alfamart, perusahaan ini mempunyai banyak sekali program CSR yang mana selalu dijalani dengan baik. Selama masa kerja magang, penulis banyak mempelajari tentang bagaimana mengelola CSR dengan baik. Harus memiliki tujuan yang pasti, objek yang cocok dan dengan siapa saja kita harus berhubungan. Beberapa program atau kegiatan yang pernah penulis ikuti adalah salah satunya *Alfamart Class* yang diadakan di SMA Muhammadiyah 1 Curug. *Alfamart Class* merupakan bentuk CSR pendidikan pengajaran ritel gratis untuk siswa dan siswi. Di dalam kegiatan tersebut, Alfamart tidak hanya memberikan pendidikan ritel gratis bagi siswa dan siswi SMK, namun Alfamart juga membagikan kaca mata *minus* gratis kepada seluruh anak SMP dan SMK sekitar sekolah yang tidak memiliki biaya untuk membeli kaca mata *minus*.

Kemudian penulis juga sempat menjadi PIC (Person In Charge) pada program CSR internal perusahaan yaitu donor darah. Tidak hanya pada lingkungan luar perusahaan, tetapi Alfamart juga rutin dalam mengadakan CSR perusahaan yang bertemakan internal. Program itu bernama “Donor darah sehat”. Penulis mendapat kesempatan untuk dapat berpartisipasi dalam program donor darah tersebut. Penulis berkoordinasi dengan petugas PMI (Palang Merah Indonesia) sekaligus juga bertugas dalam menjaga *stand* pendaftaran donor dan mendokumentasikan kegiatan tersebut.

Dengan begitu kegiatan sosial perusahaan tidak hanya dalam bentuk uang, ataupun barang. Memberikan ilmu dan hal yang bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan juga merupakan suatu tindakan yang memiliki dampak baik bagi perusahaan. Sejauh yang penulis lakukan dan lihat bahwa CSR pada perusahaan waralaba Alfamart sudah cukup baik dan sesuai dengan teori menurut Kotler dan Nancy bahwa untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui

praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.

Jadi, beberapa kegiatan CSR Alfamart di atas berpegang teguh pada ahli yang menjelaskan bahwa kegiatan CSR adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan” (Kotler & Nancy, 2005, h.4). Ini berarti, setiap program CSR yang dibuat oleh perusahaan harus mempertimbangkan aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan dari publiknya. Adanya saling pengertian dan simbiosis mutualisme antara perusahaan dengan publik akan menciptakan keharmonisan lingkungan serta advokasi terhadap perusahaan.

Pengertian lain tentang CSR adalah salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholders*, yang dimaksud dengan pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. (Post *et al.*, 2002 : 8 dalam Solihin Ismail, 2008 : 2).



### 3.4 Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah beberapa kendala yang sempat dialami penulis selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart):

- 1) Kendala utama yang dihadapi penulis adalah ketika membuat *draft press release* yang akan segera dikirim. Selama pembuatan *press release* tersebut, penulis mengalami kesulitan dalam menyusun sesuai dengan gaya tulisan perusahaan yaitu *straight news*. Lalu kesulitan lainnya ketika topik yang diberikan tidak sepenuhnya penulis kuasai sehingga penulis harus mempelajari dahulu tentang topik yang akan dijadikan *release*.
- 2) Kendala kedua adalah ketika penulis ingin melakukan *media monitoring*, penulis kesulitan dalam menggunakan *editing* berita pada aplikasi *adobe photosop* karena penulis belum pernah melakukan hal serupa sebelumnya. Proses *editing* penting dilakukan sebelum menyebar berita melalui media internal perusahaan, ataupun mengedit demi kepentingan PR *commercial value*.
- 3) Kemudian penulis juga mengalami kesulitan dalam membuat *draft* pengiriman untuk media internal perusahaan yaitu “Info Sahabat”, karena penulis tidak tahu sebelumnya perusahaan mempunyai *system* media internal seperti itu dan riskan apabila mengirim dengan *draft* pengiriman yang salah.

### 3.5 Solusi atas Kendala yang Dihadapi

Dari beberapa kendala yang sempat dihadapi oleh penulis. Penulis memiliki beberapa solusi dalam menghadapi atau menanggulangi kendala tersebut. Antara lain:

- 1) Pada kendala tentang pembuatan *draft press release* tentu penulis mengatasinya dengan berintegrasi dan *sharing* dengan beberapa

karyawan satu divisi tentang gaya penulisan yang biasa diinginkan oleh perusahaan tersebut lalu penulis diberikan beberapa artikel atau *press release* yang sudah beberapa tahun yang lalu. Kemudian mencari tahu di internet bagaimana cara menulis *press release* yang benar dan contoh-contoh *press release* yang sudah ada. Penulis tidak langsung mahir dalam membuatnya, tentu membutuhkan waktu untuk menjadi terbiasa dan paham.

- 2) Untuk kendala kedua, penulis kembali berkomunikasi dengan rekan satu divisi bagaimana cara memakai *adobe photoshop* untuk tingkat mengedit foto saja dan kemudian disebar melalui laman khusus perusahaan yang bersifat internal yaitu yang dikenal “Info sahabat”.
- 3) Solusi dari kendala yang terakhir yaitu penulis kembali berkoordinasi dengan rekan satu divisi tentang *draft* pengiriman media internal perusahaan, penulis diberikan penjelasan yang cukup akurat tentang hal tersebut. Penulis juga diajarkan cara menyebar atau mengirim berita kepada media internal tersebut agar semua keluarga perusahaan tahu apa saja berita tentang perusahaan.

