

BAB III

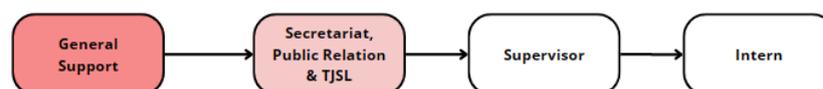
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis diposisikan sebagai mahasiswa magang di divisi General Support, dengan sub-divisi dibawahnya yaitu Sekretariat & Public Relations sebagai *Content Creator & Public Relations* pada bagian Sekretariat Divisi. Bersama Monica Syavira Watrin sebagai Supervisor utama dengan jabatan sebagai Sekretaris sekaligus *Public Relations*. Kemudian bersama Dicky Ade Fahmi Ahdanur Putra, sebagai pembimbing lapangan dengan jabatan Sekretaris yang memiliki latar belakang di bidang desain. Terakhir, bersama Ismail sebagai pembimbing lapangan dengan jabatan *Public Relations* khususnya di bagian liputan, yang memiliki latar belakang di bidang penulisan

Dalam Sekretariat Divisi, Penulis diberi tugas untuk menangani konten sosial media khususnya akun Instagram Great Borneo (@greatborneo_official) dan penanganan artikel website perusahaan terkait kegiatan EVP dan DEVP selama 4 bulan. Pembimbing yang terlibat secara langsung dalam aktivitas magang ini adalah Kak Dicky dan Pak Ismail. Sementara Kak Vira, sebagai pemantau seluruh aktivitas magang.

Berikut struktur organisasi internal atau alur koordinasi selama Penulis menjalankan aktivitas magangnya:



Gambar 3.1 Struktur Koordinasi Sekretariat Divisi

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama proses pelaksanaan magang di Telkom, yang dilakukan dengan total 666 jam membuat penulis melakukan berbagai macam jenis pekerjaan yang berkaitan dengan posisinya sebagai *Content Creator & Public Relations*. Mulai dari penyusunan dan penulisan konten sosial media hingga liputan dan penyusunan berita portal. Skill utama yang diperlukan dalam posisi magang ini adalah aktif, kreatif dan responsif dalam lingkungan kerja.

Aktif dalam mengikuti segala agenda kegiatan kantor yang bersifat umum menjadi salah satu poin penting bagi penulis agar tidak melewatkan informasi penting terkait acara penting yang diadakan di Telkom Regional VI Balikpapan. Lalu menggunakan skill *Creative Thinking* dalam proses penyusunan konten-konten yang nantinya akan diposting di akun instagram @greatborneo_official. Diikuti dengan skill *Copywriting* yang akan digunakan dalam penulisan konten baik untuk sosial media dan portal berita.



3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut adalah tugas utama yang dilaksanakan Penulis sebagai *Content Creator & Public Relations* dalam praktik magang di Telkom Regional VI Balikpapan :

Tugas Utama	Content Creator	Content Analysis	Melakukan riset dan analisa konten dari konten Instagram sebelumnya.
		Content Planner	Menyusun Content Brief berupa ide dan konsep konten dan rencana produksi konten
		Graphic Designer	Menyusun desain grafis menggunakan unsur seni, visual dan bahasa
		Illustrator	Menggambar suatu desain menggunakan konsep cerita, ide atau pesan melalui media visual.
		Copywriter	Merangkai susunan kalimat sesuai konten yang akan di posting di sosial media.
		Script Writing	Menulis naskah berupa storyline, naskah atau storyboard yang dibutuhkan untuk syuting video.
		Video Editor	Menyunting hasil syuting adegan menjadi satu bentuk video yang rapi dan sesuai dengan naskah.
	Public Relations	PR Writing	Meliput acara kantor, mencatat notulensi acara kantor, menulis dan merevisi artikel terkait agenda kantor
Tugas Tambahan	Operator		Mengoperasikan peralatan yang menunjang kelancaran jalannya suatu acara baik secara online maupun offline.

Tabel 3.1 Tugas Utama dan Tambahan

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Content Creator merupakan seseorang yang membuat dan membagikan konten menarik dan kreatif untuk membangun *engagement* dengan pengikut atau *followers*-nya melalui media sosial salah satunya Instagram. Konten yang dibagikan merupakan konten-konten inspiratif, hiburan ataupun informatif (Putu Karin Pradnya Laras ati, 2021)

Tugas seorang *Content Creator* antara lain adalah : a) Brainstorming atau mengumpulkan data dan ide, melakukan *content research*, dan *content brief*. b) Menghasilkan konten yang sesuai dengan *brand identity*. c) Mencapai tujuan konten berdasarkan *content pillar* yang sudah ditetapkan seperti promosi, *entertainment*, edukasi ataupun informasi. d) Menyesuaikan konten berdasarkan platform yang dipilih. e) Melakukan evaluasi terhadap konten yang telah di produksi dan di publikasi (Hikmatul Hidayah, 2022).

Tugas-tugas tersebut secara sederhana dibagi menjadi tiga tahapan dalam proses produksi suatu konten yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Berikut implementasi peran Content Creator di Telkom Regional VI Balikpapan:

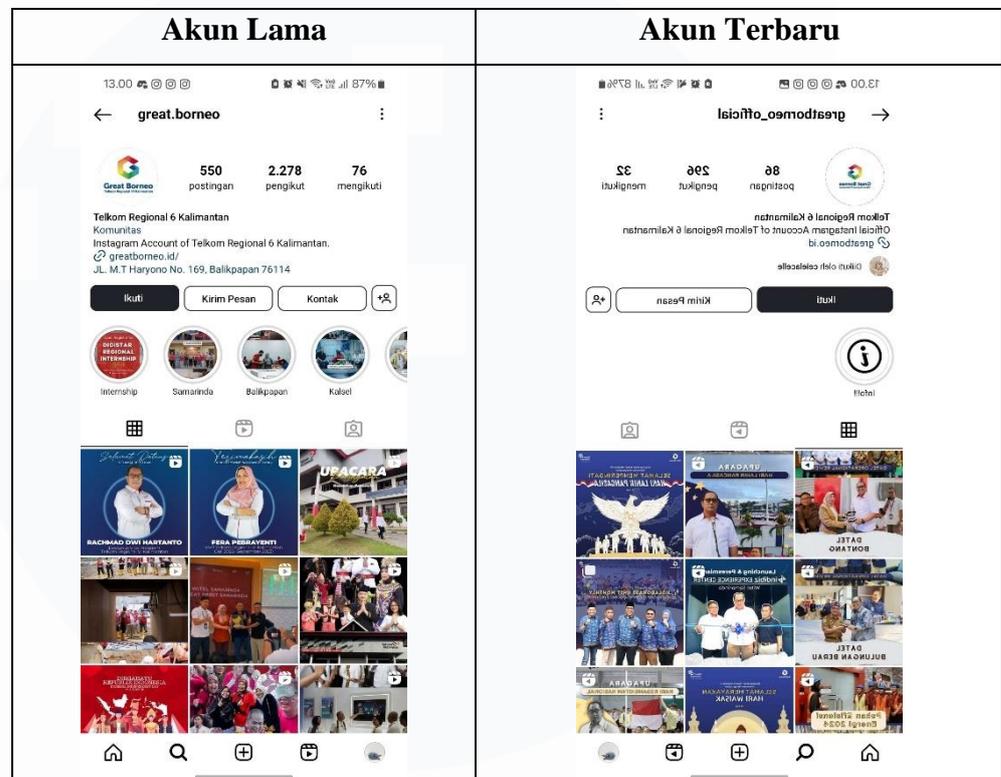
1. Pra-Produksi

A. Content Analysis

Analisis konten merupakan proses identifikasi mendalam yang meliputi penafsiran suatu konten untuk mendapatkan suatu kesimpulan (Hardiyanto Rahman, 2023).

Dalam proses pelaksanaan magang di hari pertama, penulis diberikan arahan terkait aktivasi akun sosial media khususnya @greatborneo_official pada Instagram. Sebelumnya, akun sosial media Telkom Regional VI Balikpapan memiliki konten yang beragam dan jumlah followers yang cukup banyak. Akan tetapi, akun tersebut mengalami peretasan sehingga harus beralih ke akun yang baru dengan jumlah followers yang sangat jauh berbeda dari akun sebelumnya.

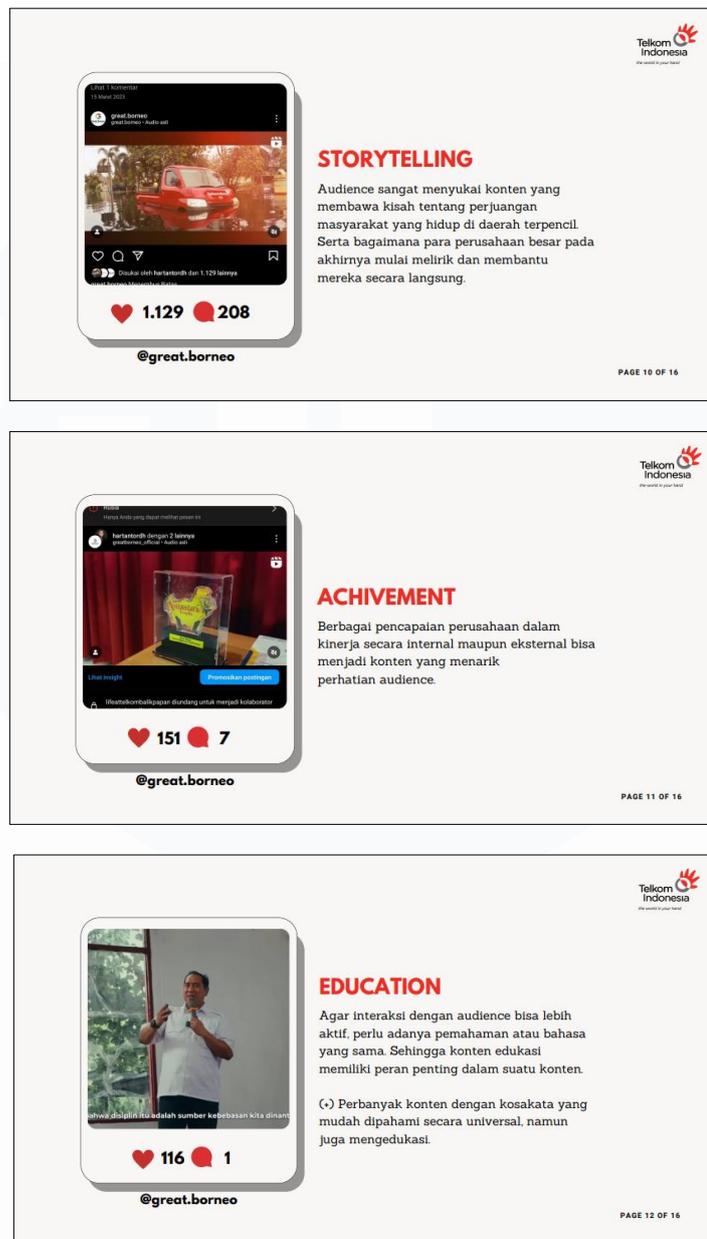
Oleh sebab itu, Supervisor ingin Penulis melakukan analisis konten dan mencoba untuk menyusun konten untuk akun Instagram yang terbaru.



Tabel 3.2 Perbandingan Instagram Lama dan Terbaru

Penulis pun mengikuti melakukan riset atau *content analysis* sesuai dengan perannya sebagai Content Creator. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi konten-konten sebelumnya yang pernah di posting melalui akun Instagram lama dan yang terbaru. Melalui analisis tersebut, penulis berhasil merangkum beberapa jenis konten yang menjadi minat dari para followers. Untuk jenis konten yang paling diminati adalah dalam berbentuk video atau berupa konten dokumentasi khususnya tentang kunjungan kerja, aktivitas di lingkungan kerja dan acara besar perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.2 Content Analysis Telkom

B. Content Plan

Setelah menyelesaikan riset dan mendapatkan hasil analisis konten, Penulis pun mulai menyusun *Content Brief* sebagai panduan untuk *Content Plan* yang akan disusun setiap bulannya. Tujuannya agar *Content Plan* atau jenis postingan bisa lebih terarah dan mengikuti perencanaan konsep yang sudah ditetapkan berdasarkan *goals* serta visi misi perusahaan.

CONTENT GOALS											
Memperkuat citra Telkom sebagai perusahaan B2B melalui konten media sosial yang aktif dalam CTA (Keywords: Kalimantan, B2B, Telkom, RN)											
CONTENT PILLAR + IDEAS											
EMOTIONAL			EDUCATION			ENTERTAINMENT			FORMAL		
Konsep	Channel	Script	Konsep	Channel	Script	Konsep	Channel	Script	Konsep	Channel	Script
Storytelling	AI	tantang perubahan harga produk usaha Kalimantan dan biaya ongkos yang mahal dari jasa	Funfact	AI	fakta seru tentang perbedaan harga jual Kalimantan dengan Jawa	Giveaway	Instagram		Celebration	AI	ucapan selamat, hari raya, anniversary
Sharing Forum	Instagram	kesulitan, keuntungan, momen lucu, sedih, terharu, menyebarkan dalam dunia b2b	Webinar	AI	cara menjadi percaya diri jualan secara live streaming	Internal Activity	AI	Day in my life as a Telkom Worker	Announcement	Instagram	ucapan belasungkawa, emergency situation
Storytelling	AI	kehlipan sebelum dan sesudah adanya pembangunan RN, life after RN	Tips & Trick	Tiktok	tutorial berjalan di tiktok	Quotes	Instagram	menampilkan quotes tentang bisnis, motivasi, kisah inspiratif	Awards	AI	penghargaan yang paling tinggi dalam internal, dokumentasi pembangunan company
Sharing Forum	AI	sebutin pengalaman culture shock kalian ketika pertama kali ke Kalimantan	Informasi	Instagram	membagikan deskripsi info tentang perusahaan mana saja yang dipikr kerja sama dengan Telkom	Review	AI	meninjau produk Kalimantan	Appreciation	AI	membagikan apresiasi untuk UMKM yang sangat aktif khususnya dengan bantuan Telkom
Storytelling			Funfact	AI	alasan kenapa kamu harus tinggal di Kalimantan	POV	AI	konten POV sebagai konsumen atau penjual di Kalimantan			
			Informasi	AI	rekomendasi tempat wisata di Kalimantan	Social Experiment	AI	bertanya secara langsung dan random ke warga sekitar			
			Webinar/Tips and Trick	AI	cara mempromosikan jualan di sosial media dengan sederhana	Funny	AI	parodi jawa ball di Jawa dengan Kalimantan			
			Webinar/Tips and Trick	AI	peralatan masyarakat dalam menyambut RN dari segi bisnis, pelayanan dan budaya	OOTD	AI	Outfit of the Day Telkom Citizen			
			Webinar	AI	membagikan informasi tentang pembayaran non tunai						
			Informasi	AI	rekomendasi alasan harus tinggal di Kalimantan						
			Workshop	AI	pelatihan penggunaan aplikasi myKasir						
			Information	AI	tips beginner dalam memulai bisnis di era digital						
			Tips & Trick	AI	tips and trick menjaga kesehatan lingkungan bisa bikin konten RN						

Gambar 3.3 Content Brief Great Borneo Maret - Juni 2024

Memiliki Content Goals yaitu memperkuat citra Telkom sebagai perusahaan B2B melalui konten media sosial yang aktif dalam strategi CTA (Call To Action), seperti *comment*, *like*, *share* dan *saved*. Masing-masing jenis postingan memiliki goalsnya tersendiri. Jika kita ingin postingan kita memiliki komen terbanyak, maka diperlukan konten interaksi antar admin sosial media dan followers. Mulai dari games, diskusi ataupun QnA.

Apabila ingin postingan tersebut memiliki jumlah like banyak, maka diperlukan strategi yang tepat untuk memenuhi ekspektasi atau menghibur followers dalam menyusun suatu konten. Lalu jika postingan ingin disebarluaskan secara luas, maka diperlukan jenis konten yang memiliki dampak cukup besar baik terhadap individu maupun kelompok. Terakhir, jika ingin postingan kita diingat dan disimpan oleh seseorang, maka ada baiknya menyusun konten yang membawakan pengalaman relevan terhadap followers.

Menggunakan empat *Content Pillar* yaitu Emotional, Education, Entertainment dan Formal. Konten Emotional memiliki konsep seperti storytelling ataupun dokumentasi. Konten Education memiliki konsep seperti Funfact, acara Webinar, Tips & Trick dan Quotes. Kemudian untuk Konten Entertainment memiliki konsep seperti Internal Activity, konten POV dan Kisah Lucu. Terakhir, untuk Konten Formal biasanya menggunakan konsep seperti ucapan nasional, belasungkawa, ucapan apresiasi dan sambutan.

SOCIAL MEDIA POST & CONTENT PLANNER												
Channel	Date	Time	Status	Content Pillar	Link Reference	Concept	CTA	Caption	Hashtag	Visual Type	Attachment Files	Notes
Instagram	Senin, 4 Maret 2024	13:00	Published	Emotional		Video dokumentasi persiapan		Bersama Dajan Masukpandan mengungkap persiapan Telkom dalam pemenuhan infrastruktur Connectivity di IKN.		Video		https://www.instagram.com/...
Instagram	Senin, 4 Maret 2024	13:00	Published	Formal		Ngoberl Santia bersama internal		Ngoberl Santia bersama Dewan Kominfo Telkom Indonesia, bapak @syaichididjaja		Video		https://www.instagram.com/...
Instagram	Senin, 4 Maret 2024	13:00	Published	Emotional		Dokumentasi IKN		Groundbreaking Telkom Smart Office IKN. Tunggulah dalam agenda ini oleh Presiden RI Bapak Joko Widodo dan Menteri BUMN RI Bapak Erick Thohir serta jajaran menteri kabinet Indonesia Maju.	#ElevatingYourFuture	Video		https://www.instagram.com/...
Instagram	Senin, 4 Maret 2024	14:00	Published	Formal		Ngoberl Santia bersama internal		Ngoberl Santia bersama Direktur Utama Telkom Indonesia bapak Rikho Adhianingsih di ruang AKBK-AC Telkom Regional VI Kalimantan yang di hadi berarawan Telkom Group Kalimantan		Video		https://www.instagram.com/...
Instagram	Rabu, 6 Maret 2024	14:15	Published	Entertainment		POV: Kamu tinggal di Kalimantan. Tadi pagi gratis barang. (Tang Poring Ada) Harga barang mahal lagi today senin. Siala. Bkita mau aja purna karera. Ronggahya di kukan. POCM baran emi sampai ngnap pada bagan vide akali bcha diulidkan promosi produk.	Comment	Manalah angke pasti selalu jadi korban yang Kalimantan @ Kikasa #POV#Lifeless#pura? Yuk, share pengalaman kalian video di Kalimantan di bawah!	#POV #Kalimantan #HargaiKalimantan	Multiple Post	https://www.instagram.com/...	Dalam kurun waktu 2 jam. Btw yang dapat kany 2 faktor postngan kurang menarik, collaborator? (purpose of the account?)

SOCIAL MEDIA POST & CONTENT PLANNER												
Channel	Date	Time	Status	Content Pillar	Link Reference	Concept	CTA	Caption	Hashtag	Visual Type	Attachment Files	Notes
Instagram	1 April	08:40	Published	Education		quotes movie	Saved			Photo Story		
Instagram	2 April											
Instagram	3 April											
Instagram	4 April											
Instagram	5 April											
Instagram	7 April	09:00	Published	Formal		hari kesehatan dunia	Shares		#GreatBorneo #HariKesehatanDunia	Single Post		
Instagram	9 April	10:00	Published	Education		persiapan mudik	Shares			Single Post		
Instagram	Rabu, 10 April 2024	00:00	Published	Formal		Hari Raya Idul Fitri	Shares		#GreatBorneo #HariRayaIdulFitri	Single Post		
Instagram	15 April											
Instagram	16 April	10:00	Published	Entertainment		kumpulan cerita lucu mudik	Shares			Multiple Post		
Instagram	17 April											
Instagram	18 April											
Instagram	19 April											
Instagram	20 April	10:00	Process	Entertainment		rekomendasi tontonan di weekend	Saved			Multiple Post		
Instagram	21 April	00:00	Process	Formal		Ucapan hari kartini	Shares		#GreatBorneo #HariKartini	Single Post		
Instagram	Senin, 22 April 2024	09:00	Process	Education		motivasi hari senin	Shares			Photo Story		
Instagram	Selasa, 23 April 2024											
Instagram	Rabu, 24 April 2024											
Instagram	Kamis, 25 April 2024											
Instagram	Jumat, 26 April 2024											
Instagram	Sabtu, 27 April 2024											
Instagram	Minggu, 28 April 2024	00:00	Process	Formal		Hari kesehatan dan keselamatan kerja internasional	Shares		#GreatBorneo #HariKesehatanKeselamatanKerja	Single Post		

Gambar 3.4 Content Plan Great Borneo Maret - April 2024

3. Produksi

A. Graphic Designer

Setelah menyusun *Content Plan*, penulis mulai melakukan tahap produksi desain dengan Canva Premium yang disediakan oleh Telkom. Berdasarkan hasil analisis konten sebelumnya, Penulis pun mulai menyusun desain konten yang cukup diminati seperti konten edukasi, hiburan dan aktivitas kantor.



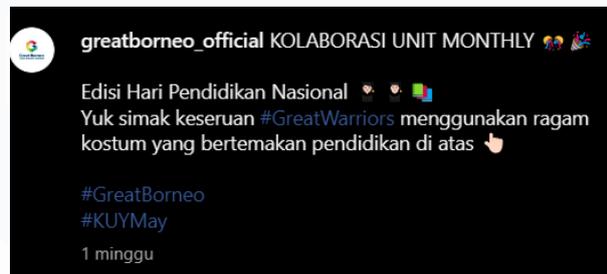
Gambar 3.5 Konten Instagram

Acara internal yang diadakan sebulan sekali dan dibawakan dengan beragam tema setiap bulannya oleh divisi ROC atau Regional Operational Center. Penulis mendapat kesempatan untuk ikut berpartisipasi dan tema yang paling menarik selama aktivitas magang ialah tema Hari Pendidikan. Masing-masing divisi berpakaian layaknya seorang guru, murid, mahasiswa, dosen bahkan rektor atau kepala sekolah.

B. Copywriter

Menurut Moriarty (2009), Copywriting adalah proses untuk menunjukkan nilai dan manfaat yang ditawarkan oleh merek. Seorang Copywriter adalah seseorang yang berperan menciptakan, membentuk dan membuat seni kata dalam periklanan.

Sebagai Content Creator, Penulis bertanggung jawab untuk mengemas acara tersebut dalam desain layout Instagram yang menarik serta caption Instagram yang menarik sebagai dokumentasi acara internal Telkom Regional VI Balikpapan.



Gambar 3.6 Caption Instagram Postingan KUY Bulan Mei

C. Ilustrator

menurut Rohidi adalah sesuatu yang berkaitan dengan seni rupa dan merupakan penggambaran melalui suatu elemen rupa agar lebih menerangkan, memerintah, atau menjelaskan sebuah eks. Ilustrasi memungkinkan pembaca untuk merasakan cerita melalui mata, gerakan, dan kesan yang disajikan.

Menurut **Fine Blogge**, **script** adalah bahasa yang menerjemahkan perintah pada situs web atau aplikasi agar dapat diakses oleh manusia. Skrip pemrograman merupakan kode yang meningkatkan fungsionalitas situs web atau aplikasi. Semakin banyak skrip yang digunakan, semakin menarik dan interaktif tampilan situs, meskipun biasanya mempengaruhi waktu pemuatan halaman

Selain kedua tugas utama tersebut, Penulis juga melakukan tugas tambahan selama magang berlangsung. Penulis diberikan untuk tugas menjadi ilustrator untuk desain Nusantara Trophy yang akan digunakan sebagai penghargaan dalam acara RAPIM 2024.



Gambar 3.7 Progress Pembuatan Nusantara Trophy

D. Script Writing

Kemudian, Penulis juga diberikan tugas untuk menjadi Script Writer dan menyusun naskah dan storyboard dalam produksi video ucapan Hari Raya Idul Fitri.

Great Borneo Telkom Indonesia

SCRIPT 5

Bulan suci Ramadan mengajarkan kita untuk tetap semangat dalam menjalankan tugas-tugas kita di Telkom Indonesia. Mengutamakan kebutuhan para pelanggan. Mempersiapkan layanan terbaik dan meningkatkan segi kualitas dari setiap fasilitas.

Mari kita jalani bulan suci ini dengan menyebarkan kebahagiaan, menjaga tali silaturahmi dan selalu bersyukur atas segalanya. Serta mengapresiasi mereka yang telah membangun Telkom menjadi lebih baik.

Kami segenap keluarga besar Telkom Regional VI Kalimantan mengucapkan selamat Hari Raya Idul Fitri 1445 Hijriah, Minal Aidzin Wal Faizin, Mohon Maaf Lahir dan Batin.

estimasi monolog : ±45 detik (full monolog)

VERSI SCRIPT 5

Referensi : <https://youtu.be/olx3ie3rJOU?si=idGhBL9XjB-3idRs>

 <p>Sumber foto : moredoel Shot size: CU Scene: EVP tengah bersiap memakai atribut pakaian muslimah, memulai monolog "Bulan suci Ramadan mengajarkan kita untuk tetap semangat dalam menjalankan tugas-tugas kita di Telkom Indonesia."</p>	 <p>Sumber foto : Univ. Muria Kudus Shot size: MS Scene: SL 3 OSM MSO berjalan dari kiri, memulai monolog "Mengutamakan kebutuhan para pelanggan"</p>	 <p>Sumber foto : pmbunmuhjember Shot size: MS Scene: SL 3 OSM RNO berjalan dari kanan, memulai monolog "Mempersiapkan layanan terbaik".</p>	 <p>Sumber foto : Fakultas Teknik UI Shot size: WS Scene: SL 3 OSM RAM berjalan berjalan maju, memulai monolog "meningkatkan segi kualitas dari setiap fasilitas."</p>
	hand gesture : angka satu	hand gesture : seperti gambar lalu beri jempol	hand gesture : sesuai foto

Gambar 3.8 *Storyboard* Ucapan Idul Adha Telkom Regional VI

E. Video Editor

Menurut **Arief S. Sadiman** adalah seseorang yang mengatur proses menggabungkan gambar bergerak dengan suara, serta memilih dan menyusunnya agar menghasilkan pesan yang efektif dan menarik bagi penonton.

Penulis juga menjalani tugas tambahan sebagai Video Editor untuk acara Sambut Pisah DEVP Telkom Regional VI Balikpapan, dengan menyusun video perpisahan Amin Soebagyo, selaku DEVP yang bertugas selama kurang lebih dua tahun.



Gambar 3.9 Sambut Pisah DEVP

F. PR Wriing

Public Relations merupakan seseorang yang memiliki tanggung jawab sebagai penghubung atau mediator antara organisasi dengan publiknya. Tidak hanya memiliki kemampuan untuk mengajak publik memahami kepentingan dan kebijakan suatu organisasi, namun juga mampu mendengarkan, merasakan dan melihat keinginan dari mereka (Hartini, 2019).

Peran seorang *Public Relations* di jelaskan dalam konsep P.E.N.C.I.L.S yang dikembangkan oleh Thomas L. Harris (2006). Satu dari tujuh konsepnya adalah News. Dalam konsepnya ia menjelaskan bahwa seorang PR harus berupaya menciptakan suatu berita melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, dan lain-lain. Kemampuan yang wajib dimiliki oleh seorang PR adalah menulis sebab tugasnya selalu melakukan PR Writing.

Selain menangani konten sosial media, Penulis juga menangani liputan dan susunan artikel dari agenda para anggota eksekutif tersebut. Ismail selaku pembimbing lapangan magang memberikan tugas untuk melakukan review terhadap artikel yang disusunnya serta untuk memilah hasil foto liputan yang terbaik untuk di publish di portal internal Telkom.

Melalui penyusunan dan pemeriksaan artikel, Penulis diwajibkan untuk menyusun artikel dengan SOP yang sudah berlaku seperti menggunakan unsur 5W+1H ataupun AIDA, khususnya

dalam paragraf pertama artikel. Kemudian dalam pemeriksaan artikel juga, Penulis diarahkan untuk berfokus pada ucapan EVP atau DEVP serta ejaan ataupun istilah yang digunakan.

4. Pasca-Produksi

A. Review Content Analysis

Selama sebulan menyusun Content Plan bulan Maret, penulis menyadari bahwa terdapat beberapa konten yang kurang diminati oleh Audience. Contohnya seperti konten ucapan nasional, tips & trik, motivasi, POV, kumpulan cerita lucu dan masih banyak lagi. Menanggapi hal ini, Dicky Fahmi selaku pembimbing lapangan magang menyarankan konten-konten tersebut hanya di posting sesekali saja, setiap akhir weekend atau seminggu sekali.

Mengikuti saran pembimbing, penulis akhirnya pun menurunkan intensitas postingan yang mengandung unsur-unsur tersebut. Seiring berjalannya waktu pun, minat dari followers akun greatborneo_official semakin menurun apabila tidak ada aktivitas yang di posting. Penulis juga mulai berhenti memproses Content Planner tersebut dan berfokus pada kegiatan kantor yang memiliki peluang atau jaminan menjadi konten yang paling disukai.

Selama 4 bulan menangani konten sosial media di akun Great Borneo, Penulis akhirnya menyadari bahwa konten yang sangat diminati oleh para audience Telkom khususnya di Kalimantan berupa konten dokumentasi Telkom Regional VI Kalimantan. Selain agenda kantor seperti Kolaborasi Unit Monthly (KUY), Ngobrol Santai (NGOBRAS) dan acara kumpul-kumpul lainnya, konten dokumentasi para anggota eksekutif seperti EVP, DEVP, Senior Manager dan Senior Leader menjadi konten yang memiliki jumlah like dan view terbanyak dari konten lainnya.

3.2.3 Tugas Tambahan

Operator

Menurut Ervianto, operator adalah orang yang bertugas menjaga, melayani, dan menjalankan suatu peralatan, mesin, telepon, radio, dan sejenisnya dalam proyek konstruksi.

Terakhir, Penulis juga menjalani tugas tambahan sebagai operator untuk acara RAPIM 2024 yang diadakan di Hotel Jatra Balikpapan dan Nusantara Trophy yang diadakan secara online melalui Zoom. Penulis bertugas untuk memantau dan menjaga waktu presentasi masing-masing Senior Leader dan GM Witel.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani magang di Telkom Regional VI Kalimantan, penulis merasa proses yang dijalannya berjalan dengan baik. Adanya instruksi dari Supervisor yang jelas, fasilitas kantor yang memadai dan lingkungan kerja yang cukup suportif menjadi faktor pendukung dalam menyelesaikan magang ini.

Akan tetapi, terdapat beberapa kendala atau kesulitan yang sering terjadi selama magang tersebut berlangsung. Baik dari pihak perusahaan maupun dari pihak penulis itu sendiri. Berikut rangkaian penjelasan kesulitan yang dihadapi;

Dari Pihak Perusahaan:

1. Penyaluran Informasi yang Terbatas

Minimnya informasi yang disampaikan kepada penulis terkait agenda acara yang akan datang menjadi kesulitan yang paling sering dihadapi. Sebab tidak adanya grup khusus yang melibatkan anak magang untuk menyampaikan informasi secara luas khususnya untuk anggota Sekretariat Divisi.

Dari Pihak Penulis

1. Komunikasi yang Pasif

Penulis merasa kesulitan untuk berinteraksi dengan anggota tim Sekretariat karena beberapa faktor seperti jarak usia yang cukup jauh, obrolan internal dan merupakan satu-satunya anak magang disana.

2. Company Knowledge yang Minim

Ketika awal masuk kerja, penulis diminta untuk membantu menyusun konten sosial media khususnya Instagram. Akan tetapi, hal yang menjadi sulit bagi penulis adalah minimnya pengetahuan terkait Telkom secara detail. Penulis hanya memiliki batas pengetahuan sekedar produk-produk Telkom Regional VI. Sehingga butuh waktu untuk mengulik informasi lainnya demi mempermudah merangkai konsepnya.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kedua kendala diatas, penulis menyadari bahwa solusi yang paling tepat untuk mengatasi kedua kendala tersebut adalah untuk selalu aktif dalam aktivitas magang. Mengingat lingkungan kerja yang bersifat internal dan cukup sibuk dengan pekerjaannya masing-masing, membuat penulis harus sering aktif dalam bertanya terkait agenda kantor serta turut berpartisipasi di dalamnya. Penulis juga harus aktif dalam mencari informasi terkait perusahaan baik terkait secara umum maupun kasus yang sedang dihadapi perusahaan.