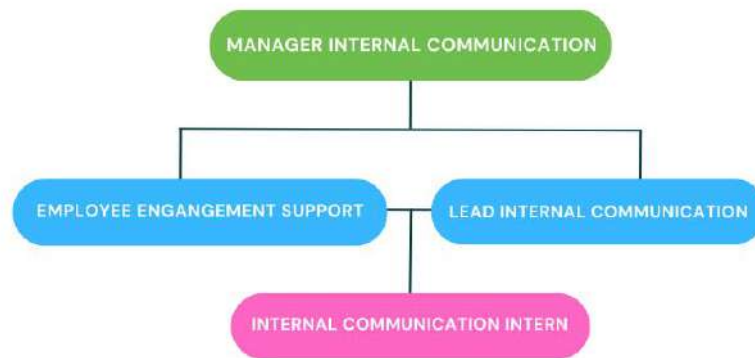


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Struktur Divisi *Internal Communication*

Selama menjalankan proses praktik kerja magang di PT XYZ Indonesia, penulis berkesempatan untuk mendapatkan pengalaman berharga di Departemen *Relations and Security*, khususnya di Divisi *Internal Communication*. Di bawah bimbingan dan pengawasan langsung *Manager Internal Communication* sebagai *Supervisor*. Penulis terlibat dalam berbagai aktivitas dan proyek yang berkaitan dengan komunikasi internal perusahaan. Peran yang dimiliki penulis sebagai *Internal Communication Intern* dalam proses kerja magang ini adalah membangun dan memelihara hubungan yang positif antara karyawan dan perusahaan. Lalu, penulis juga belajar bagaimana caranya menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menjangkau seluruh karyawan, baik secara *online* maupun *offline* seluruh karyawan dapat ter-informasi secara jelas. Hal ini dilakukan melalui berbagai

saluran komunikasi, seperti media internal, event perusahaan, program pengembangan karyawan, dan lain sebagainya. Proses kerja magang di Divisi *Internal Communication* tidak berjalan secara individual, melainkan melibatkan koordinasi dengan rekan *intern*, tim *Internal Communication* dan pekerja yang berasal dari divisi lain. Koordinasi tersebut memungkinkan penulis untuk saling berbagi ide kreatif, pengetahuan, dan pengalaman, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang lebih kreatif dan berkualitas.

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama melaksanakan kerja magang di Divisi *Internal Communication*, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas pekerjaan untuk memenuhi minimal syarat magang. Aktivitas kerja magang yang dilakukan oleh penulis dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu *copywriting*, *design*, *administration*, *update data*, dan beberapa pekerjaan tambahan lainnya.

Sebelum memulai kerja magang, penulis menerima arahan melalui email dari Supervisor untuk menjadwalkan *coordination meeting* dengan Divisi *Internal Communication*. Pada pertemuan tersebut, penulis diperkenalkan dengan tim *Internal Communication* dan mendapatkan penjelasan detail mengenai *brand guidelines*, *social media guidelines*, dan budaya kerja di perusahaan. Selain itu supervisor juga menjelaskan secara rinci tentang *timeline* dan *project* internal yang akan penulis kerjakan selama magang.

Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai *Internal Communication Intern* menuntut penulis untuk memiliki bekal kemampuan dan pengetahuan yang memadai terkait peran sebagai *Internal Communication* perusahaan agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan seluruh karyawan. Hal ini menjadi kunci utama dalam menjalankan proses kerja magang secara efektif, seperti kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, penulisan kreatif yang menarik dan desain grafis yang profesional.

3.2.1. Tugas Utama dan Tugas Tambahan

Tugas utama saat proses kerja magang di divisi Internal Communication dalam proses kerja magang, yaitu:

<i>Newsletter</i>	<i>Rewrite article</i> yang memiliki informasi yang berkaitan dengan perusahaan dan <i>translate</i> article tersebut ke dalam Bahasa Inggris yang akan di blast setiap minggu.
<i>Copywriting</i>	Menyusun teks/ <i>wording</i> untuk poster dan undangan elektronik yang dipublikasikan (email & komputer kantor)
<i>Design</i>	Membuat draft design untuk materi publikasi yang dibutuhkan, contohnya seperti poster.
<i>Administration</i>	Mendistribusikan merchandise/hadiah kepada karyawan, menghitung serta <i>listing stock list inventory/merchandise</i> .

Tabel 3.1 Tugas Utama *Internal Communication Intern*

Selanjutnya terdapat tabel tugas tambahan yang telah dilaksanakan oleh penulis selama kerja magang di PT XYZ Indonesia, antara lain:

<i>XYZ Energi Award</i>	Membantu tim <i>Internal Communication</i> dalam merancang tabel dan mendata jenis kelamin pemenang acara tersebut.
<i>Halal bi Halal XYZ Group Jakarta</i>	Diberikan kesempatan dan tanggung jawab menjadi panitia Food & Beverage serta membantu User untuk mengarahkan seluruh tamu yang datang.
<i>XYZ Volunteer Day</i>	Mengikuti <i>coordination meeting</i> untuk melaksanakan kegiatan <i>volunteer</i> untuk membangun di Desa Marga Mulya, Kecamatan Mauk, Kab. Tangerang, Banten.

Tabel 3.2 Tugas Tambahan *Internal Communication Intern*

Selain itu, untuk memberi gambaran terkait proses kerja magang yang terstruktur, berikut adalah tabel *timeline* kegiatan *Internal Communication intern* selama magang.

No.	Kategori	Fokus Utama Aktivitas	Maret				April				Mei				Juni			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Newsteler Writing	Rewrite & Translate Article	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow											
2	Copywriting	Copywriting untuk undangan elektronik		Orange														
		Copywriting untuk poster event internal																
3	Design	Merancang design poster event internal																
		Membuat dan mendesain thank you card untuk employees yang terlibat acara Safari Ramadhan																
4	Administration	Menyiapkan hadiah & mendistribusikan kepada karyawan			Orange													
		Listing Stock Inventory																
5	XYZ Energi Award	Merancang excel dan mendaftarkan kelainan pemenang acara	Yellow															
		Pre-Event (Technical Meeting)																
6	Halal BI Halal XYZ Group	Main-Event (Panitia F&B dan membantu user)																
		Post-Event (Menyusun Summary Survey untuk Report)																
7	XYZ Volunteer Day	Pre-Event (Meeting with XYZ Foundation)																
		Main-Event (Volunteering)																

Tabel 3.3 Tabel Timeline Kegiatan Selama Proses Kerja Magang

Sumber: Olahan Penulis (2024)

3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Newsletter

Newsletter merupakan salah satu jenis media digital yang berperan penting dalam penyebaran informasi kepada seluruh karyawan PT XYZ Indonesia. Menurut Dr. Faustyna dalam buku “*Manajemen Penerbitan Public Relations*”, *newsletter* merupakan publikasi terkini agar dapat terhubung dengan pelanggan melalui sebuah media elektronik. Melalui *platform Microsoft Outlook*, *newsletter* dapat diakses dengan mudah oleh seluruh karyawan. Dengan adanya *newsletter* ini menjadi solusi efektif untuk menyampaikan informasi penting dan terkini yang berkaitan dengan nama perusahaan kepada seluruh karyawan. Dengan format yang ringkas dan mudah dipahami, *newsletter* memungkinkan karyawan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara cepat dan efisien.

Sejak awal minggu pertama, penulis sudah terlibat aktif dalam proses pembuatan *company newsletter* yang nantinya akan disebarluaskan kepada seluruh karyawan perusahaan melalui *email* dan diunggah di intranet. Penulis diberikan tugas untuk *rewrite* artikel berita yang berkaitan dengan nama perusahaan dan menerjemahkannya ke dalam bahasa Inggris. Sumber berita yang digunakan berasal dari *media monitoring* yang telah disusun oleh divisi *External Communication* dan di-*blast* melalui email setiap hari.

Sebelum mengerjakan tugas tersebut, penulis terlebih dahulu mempelajari gaya bahasa yang biasa dipakai untuk *company newsletter*. Selain itu, penulis juga mempelajari materi atau artikel berita yang cocok untuk dimasukkan ke dalam *company newsletter* tersebut. Dalam proses ini, penulis belajar bagaimana menulis

dengan jelas, ringkas, dan menarik untuk seluruh karyawan perusahaan yang tersebar di beberapa kota.

Penulis kemudian menerapkan konsep 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, How*) yang ditemukan oleh *Rudyard Kipling*, sebagai panduan dalam menyusun ulang artikel berita agar menjadi lebih informatif dan mudah dipahami oleh para pembaca. Konsep 5W+1H adalah kerangka kerja yang terdiri dari enam pertanyaan kunci yang membantu kita memahami dan menyusun informasi secara menyeluruh. Dengan menjawab keenam pertanyaan kunci tersebut, penulis dapat menyusun berita yang komprehensif dan mudah dipahami. Para pembaca *newsletter* pun akan mendapatkan informasi yang jelas dan akurat, sehingga dapat memahami situasi dan kondisi perusahaan dengan lebih baik.

Penerapan konsep 5W+1H ini tidak hanya menghasilkan berita yang informatif, tetapi juga meningkatkan kualitas *newsletter* perusahaan secara keseluruhan. *Newsletter* yang informatif dan mudah dipahami akan meningkatkan minat baca para karyawan, sehingga mereka dapat terus mengikuti perkembangan terkini perusahaan dan merasa terlibat dalam kemajuan perusahaan.

Rabu, 26 Juni 2024

- <https://mercusuar.web.id/sulteng-membangun/job-tomori-laksanakan-proklam-di-banggai/>

JOB Tomori Bantu Banggai Kembangkan 17 Desa Proklam	JOB Tomori Assists Banggai in Developing 17 Proklam Villages
<p>Banggai, 27 Juni 2024 - JOB Tomori, operator perminyakan di Banggai, Sulawesi Tengah, telah menjalin kerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Banggai untuk mengembangkan 17 desa di wilayah operasinya menjadi desa Proklam (Program Kampung Iklim). Proklam adalah program nasional yang bertujuan untuk mendorong adaptasi dan mitigasi terhadap perubahan iklim di tingkat desa.</p> <p>JOB Tomori turut serta membantu desa-desa ini dalam menyusun rencana aksi Proklam serta memberikan pendampingan dalam pelaksanaan kegiatan adaptasi dan mitigasi perubahan iklim. Saat ini, 7 desa di Banggai telah berhasil mencapai nilai Madya Proklam, sementara 10 desa lainnya sedang dalam tahap verifikasi untuk mencapai nilai Proklam Utama.</p> <p>Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Banggai, Judi Amisudin, mengapresiasi upaya JOB Tomori dalam mendorong desa-desa di wilayah operasinya.</p> <p>Andi Basuki, Kepala Bagian Pengembangan Masyarakat JOB Tomori, juga menyoroti manfaat besar yang diberikan Proklam bagi masyarakat desa, agar meningkatkan ketahanan desa untuk beradaptasi dan mitigasi terhadap perubahan iklim, sambil menegaskan komitmennya untuk terus mendukung program Proklam di Banggai.</p> <p>JOB Tomori juga aktif memberikan dukungan nyata dengan menyediakan bantuan dalam menyusun rencana aksi Proklam, pendampingan pelaksanaan kegiatan, dan dana untuk mendukung pelaksanaan program ini.</p>	<p>Banggai, June 27, 2024 - JOB Tomori, an oil operator in Banggai, Central Sulawesi, has collaborated with the Banggai District Government to transform 17 villages in its operational area into Proklam villages (Climate Village Program). Proklam is a national program aimed at promoting climate change adaptation and mitigation at the village level.</p> <p>JOB Tomori is actively assisting these villages in formulating Proklam action plans and providing guidance in implementing climate change adaptation and mitigation activities. Currently, 7 villages in Banggai have achieved Medium Proklam status, while 10 other villages are undergoing verification to attain Advanced Proklam status, a notable achievement among other districts in Indonesia.</p> <p>Judi Amisudin, Head of the Banggai District Environmental Agency, appreciates JOB Tomori's efforts in encouraging villages in its operational area to adapt and mitigate climate change, reaffirming her commitment to supporting the Proklam program in Banggai.</p> <p>Andi Basuki, Community Development Section Head at JOB Tomori, highlights the significant benefits that Proklam brings to village communities, including enhancing resilience against climate impacts such as droughts, floods, and sea level rise, as well as improving environmental quality and community well-being.</p> <p>JOB Tomori also actively provides tangible support by assisting in the formulation of Proklam action plans, offering guidance in implementing activities, and providing funding to support program implementation.</p>

Gambar 3.2 Contoh tugas *newsletter* yang dibuat oleh penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

B. Copywriting

Dalam dunia komunikasi internal, *copywriting* berperan penting dalam menyampaikan pesan dengan jelas kepada audiens guna meningkatkan minat dan tercapainya tujuan komunikasi yang efektif. Sehingga *copywriting* sering diartikan sebagai kemampuan mengolah kata dengan menerapkan unsur seni didalamnya yang dapat menimbulkan efek persuasif (Maulana et al., 2022).

Dengan menggunakan gaya bahasa yang terstruktur dan menarik, *copywriting* dapat membantu organisasi untuk menyampaikan pesan internal dengan jelas, membangun budaya komunikasi yang positif, dan meningkatkan engagement karyawan. Dalam *job description copywriting*, penulis dilibatkan dalam beberapa tugas yaitu pembuatan *draft* teks undangan elektronik dan teks dalam poster.

Penulis mengimplementasikan konsep *copywriting by the inch* yang diambil dari buku “*AI Copywriting: Copywriting Tanpa Ribet Dan Pusing*” karya Dinda N. Ardilla (2023, h.16). Ia mengutip konsep tersebut dari *Eugene Schwartz*. Konsep ini mengajarkan bahwa pengelolaan teks iklan agar lebih efektif, *Schwartz* meyakini bahwa jumlah kata dalam iklan dapat mempengaruhi keefektifannya. Semakin panjang teks iklan, semakin banyak informasi yang disampaikan kepada audiens. Namun, Ia juga menekankan bahwa panjang teks bukan satu-satunya faktor penentu keberhasilan iklan. Faktor lain yang tak kalah penting adalah relevansi teks dengan kebutuhan dan keinginan pasar.


Penulis mengimplementasikan konsep “*copywriting by the inch*” dalam pembuatan poster dan undangan. Hal ini dilakukan dengan cara membuat judul yang jelas, menarik, dan singkat, namun tetap mampu menarik perhatian pembaca. Penulis juga

menggunakan bahasa yang sederhana dan informatif agar mudah dipahami dan dibaca. Selain itu, penulis juga menggunakan visual yang menarik dan relevan dengan tema poster yang ingin disampaikan.

Pada pembuatan *copywriting* untuk undangan elektronik, penulis menyesuaikan bahasa dengan target audiens dan jenis acara. Penulis juga selalu menyertakan *call to action* yang bertujuan untuk mengajak pembaca untuk *Respondez s'il vous plait* (RSVP) atau menghubungi kontak yang tertera.

Proses dalam merancang *copywriting* untuk undangan elektronik dan poster biasanya dimulai dengan adanya permintaan kepada divisi *Internal Communication* untuk turut serta membantu menginformasikan adanya suatu *event* perusahaan. Lalu, tim internal nanti akan diberikan materi atau poin-poin untuk merancang *wording* tersebut yang akan di-*blast* melalui *email*.

Sedangkan, dalam merancang *copywriting* untuk suatu kampanye biasanya dimulai dengan melaksanakan *meeting* untuk diskusi antar tim divisi *Internal Communication* dan divisi lain yang ikut serta dalam menjalankan suatu kampanye untuk *brainstorming* dan saling bertukar informasi/ide. Dengan demikian, *Internal Communication* dapat mengetahui segala yang dibutuhkan untuk mendukung kampanye tersebut.

<p>Kepada Seluruh Pekerja,</p> <p>Untuk mempererat silaturahmi antar Pekerja dan manajemen, kami mengundang Anda untuk menghadiri acara Safari Ramadan 1445H, yang akan dilaksanakan pada:</p> <p>Hari/Tanggal : Sabtu, 23 Maret 2024 Waktu : 16.00 - 20.00 WIB Tempat : Harmony Convention Centre, Palembang</p> <p>Agenda :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembacaan Al-Quran • Pembacaan kisah Ramadan • Sambutan Management : _____, Komisaris Utama _____, Chief Administrative Office • Tausiyah oleh Ust. Prof. Dr. dr. H. Yuwono, M.Biomed • Buka puasa dan sholat Maghrib jamaah <p>Konfirmasi kehadiran: https://forms.office.com/r/kizPe9SznM</p>	<p>Catatan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sholat Maghrib berjamaah akan dilaksanakan setelah berbuka puasa. • Panitia hanya menyediakan sajadah, mohon membawa perlengkapan sholat pribadi (sarung & mukena). <p>Mari ramaikan momen spesial ini dengan menjalin sinergi positif untuk mencapai tujuan bersama.</p> <p>Sampai jumpa!</p> <p>Salam hangat, _____</p> 
--	--

Gambar 3.3 Contoh tugas *copywriting* undangan elektronik

C. Design

Merancang dan mendesain poster merupakan salah satu tugas penting dalam mendukung kelancaran acara internal perusahaan. Poster, sebagai media publikasi visual, berperan penting dalam menyampaikan informasi, data, dan jadwal acara kepada para karyawan. Berdasarkan definisi Supriyono dalam Basorudin et al. (2022), bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi.

Dalam konteks acara internal perusahaan, poster memiliki peran krusial dalam menarik minat dan memastikan kehadiran para

karyawan. Poster yang dirancang dengan baik harus memuat beberapa komponen penting, seperti nama atau jenis acara, tanggal dan waktu pelaksanaan, logo perusahaan, gambar atau visual yang menarik, dan informasi singkat terkait acara.

Untuk mempermudah proses pembuatan poster, penulis memanfaatkan aplikasi *Canva* sebagai alat bantu desain. *Canva* menyediakan berbagai fitur dan template yang mudah digunakan, sehingga memungkinkan penulis untuk menciptakan poster yang menarik dan informatif dalam waktu singkat. Dengan memperhatikan elemen-elemen penting dan memanfaatkan alat bantu yang tepat, penulis yakin bahwa poster yang dibuat akan mampu menarik perhatian para peserta dan meningkatkan partisipasi mereka dalam acara internal perusahaan.

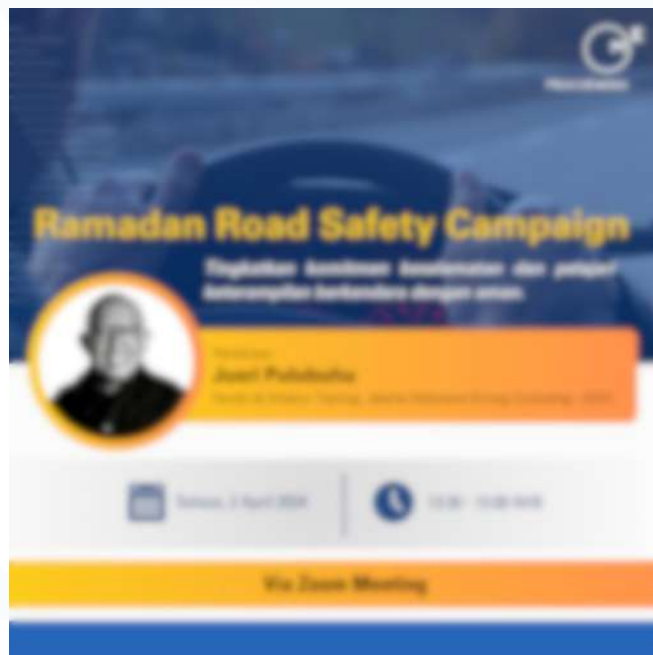
Dalam merancang poster, pemilihan warna merupakan elemen krusial yang tidak penulis lewatkan. Penulis memahami hal ini dengan baik dan memilih untuk memanfaatkan warna biru, yang selaras dengan warna logo perusahaan, sebagai warna dasar poster. Penulis menerapkan teori warna komplementer untuk menghasilkan kontras yang tinggi dan mencolok. Maka dari itu penulis menggunakan teori ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens dan memberikan kesan dinamis pada poster. Pengetahuan tentang teori warna komplementer ini diperoleh penulis saat mempelajari mata kuliah *Digital Graphic Communication* semasa kuliah.

Pada mata kuliah tersebut, penulis tidak hanya mempelajari teori warna komplementer, tetapi juga berbagai teori warna lainnya seperti warna analog, warna *split*, warna *tetradic*, dan warna *square*. Pemahaman yang komprehensif tentang teori-teori warna ini menjadi bekal penting bagi penulis dalam memilih kombinasi warna yang tepat untuk poster.



Gambar 3.4 Poster Webinar *Future of Modern Workspace* untuk Divisi *Digital Information Technology*

Sumber: Olahan Penulis (2024)



Gambar 3.5 Poster Webinar *Ramadan Road Safety Campaign* untuk Divisi *Health Safety Environment*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

D. Administration

Selama masa magang, penulis berkesempatan untuk terlibat dalam proses pendistribusian *merchandise*/hadiah kepada karyawan. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan *merchandise*/hadiah yang akan diberikan kepada karyawan, narasumber, dan pihak-pihak terkait lainnya sebagai bentuk apresiasi. Penulis biasanya mengerjakan tugas ini dengan cara mencatat data karyawan yang akan menerima *merchandise*, menyiapkan paket *merchandise*, dan mendistribusikannya secara langsung kepada karyawan.

Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk menghitung dan mencatat stok *merchandise* yang tersedia. Hal ini dilakukan dengan menggunakan sistem inventaris *online* yang memungkinkan penulis untuk melacak pergerakan barang masuk dan keluar, serta mengetahui stok *merchandise* yang tersisa. Pengalaman ini memberikan penulis kesempatan untuk belajar tentang manajemen *inventory* dan distribusi barang. Penulis belajar bagaimana cara mencatat data secara akurat, mengelola stok barang dengan efisien, dan memastikan bahwa *merchandise* terdistribusikan dengan tepat kepada karyawan yang berhak menerimanya.

Penulis juga berkontribusi dalam merancang template khusus untuk user dalam bentuk *Excel* yaitu “*Form User Pengambilan Merchandise*”. *Form* ini dirancang penulis dengan tujuan agar memudahkan divisi *Internal Communication* dalam track pengambilan *merchandise* dan mengetahui stok *inventory* yang ada.

Melalui pengalaman ini, penulis belajar pentingnya koordinasi dan komunikasi yang efektif dalam memastikan kelancaran proses distribusi dan pengelolaan stok *merchandise*/hadiah. Kemampuan ini menjadi aset berharga bagi penulis di masa depan, terutama dalam konteks pekerjaan yang melibatkan logistik dan manajemen *inventory*.

The image shows two screenshots of Excel spreadsheets. The top spreadsheet is titled "Internal Comm Inventory List" and has columns for "Kategori", "Subkategori", "Merk", "Uraian", "Unit", "QTY", "Tanggal Masuk", and "Tanggal Keluar". The bottom spreadsheet is titled "Internal Comm Inventory List (DUT)" and has columns for "No", "Merk BARANG", "Merk Pengiriman", "Merk", "URAIAN", "QTY", "PIL", and "Keterangan".

Gambar 3.6 Tabel *Internal Communication Inventory List*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

The image shows a screenshot of an Excel spreadsheet titled "FORM USER - PENGAMBILAN MERCHANDISE 2024". The spreadsheet has columns for "No", "Merk Barang", "Jumlah", "Tanggal", "DIT", and "Keterangan".

Gambar 3.7 Tabel *Form User Pengambilan Merchandise*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

E. XYZ Energi Award

XYZ Energi Award merupakan sebuah acara tahunan sebagai wadah bagi karyawan PT XYZ Indonesia untuk menunjukkan ide-ide kreatif dan inovatif mereka. Rangkaian acara ini diawali dengan pengajuan karya inovatif oleh karyawan, diikuti dengan seleksi ketat untuk memilih finalis

terbaik. Para finalis kemudian mendapatkan kesempatan emas untuk mempresentasikan inovasinya di hadapan para juri yang kompeten. Acara ini tidak hanya menguji kemampuan presentasi para karyawan, tetapi juga mendorong mereka untuk mengembangkan kemampuan menulis abstrak yang baik dan menjelaskan inovasi mereka secara efektif.

Topik yang diangkat dalam *XYZ Energi Award* meliputi *Fit for Purpose Technology, Business Process Improvement, HSE & Sustainability Excellence*, dan *Production/Revenue Enhancement*, mencerminkan komitmen PT XYZ Indonesia dalam mendorong kemajuan di berbagai bidang. Melalui Acara ini, perusahaan tidak hanya menghargai dan mengakui karya inovatif karyawannya, tetapi juga mendorong budaya belajar dan pengembangan diri yang berkelanjutan. Acara ini menjadi bukti nyata komitmen perusahaan untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi karyawan untuk berkarya dan berinovasi.

Penulis berkesempatan untuk terlibat dalam kegiatan pasca acara, yaitu membantu merancang tabel *Excel* untuk mencantumkan nama-nama peserta yang menang. Penulis dihadapkan pada tugas mengelompokkan nama-nama pemenang berdasarkan jenis kelamin. Mengingat jumlah peserta yang mencapai lebih dari 100 orang, penulis mengidentifikasi jenis kelamin para pemenang dengan menelusuri profil mereka di aplikasi Teams satu per satu. Proses ini membutuhkan waktu dan ketelitian yang tinggi, mengingat profil di Teams tidak selalu menampilkan informasi jenis kelamin secara eksplisit. Meskipun demikian, penulis berhasil menyelesaikan tugas ini dengan baik dan tepat waktu. Pengalaman ini memberikan pembelajaran berharga bagi penulis tentang pentingnya ketelitian dan kesabaran dalam menyelesaikan tugas yang kompleks.

No	Kategori	Pemenang	Tanggal
1	Manajemen Operasional	[Nama]	[Tanggal]
2	Manajemen Keuangan	[Nama]	[Tanggal]
3	Manajemen SDM	[Nama]	[Tanggal]

Gambar 3.8 Tabel *XYZ Energi Award Winners Data*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

F. Halal Bi Halal *XYZ Group* Jakarta

Pada pertengahan bulan April, tepatnya tanggal 23 April 2024, *XYZ Group* menyelenggarakan kegiatan Silaturahmi Idul Fitri 1445 Hijriah atau yang lebih dikenal dengan Halal Bi Halal. Kegiatan ini merupakan tradisi tahunan yang selalu dilaksanakan pasca Hari Raya Idul Fitri dengan tujuan untuk mempererat tali persaudaraan antar seluruh karyawan *XYZ Group* Jakarta. Acara ini dihadiri oleh jajaran *Board of Directors* (BoD) dan *Senior Vice President* (SVP).

Dalam kegiatan Halal Bi Halal tersebut, penulis mendapat kesempatan dan tanggung jawab untuk menjadi bagian dari panitia *Food & Beverage* bersama dua rekan lainnya. Lalu, penulis mendapat tanggung jawab untuk membantu menyiapkan cue card untuk *Master of Ceremony* sebelum acara dimulai. Penulis juga dipercaya untuk membantu para user dalam mengarahkan para tamu di *venue* agar tetap tertib dan berjalan dengan lancar. Penulis merasa sangat antusias dan bersyukur atas kesempatan yang diberikan ini, dan berusaha untuk menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab dan profesionalisme.



Gambar 3.9 Silaturahmi Idul Fitri *XYZ Group* Jakarta 1445 H

Sumber: Olahan Penulis (2024)

G. XYZ Volunteering Day

XYZ Volunteering Day atau program perbaikan rumah merupakan program tahunan yang diselenggarakan oleh *XYZ Group* untuk membantu masyarakat kurang mampu yang tinggal di Jabodetabek. Bekerja sama dengan *Habitat for Humanity Indonesia*, program ini melibatkan karyawan melalui kegiatan sukarela.

Program ini memiliki tiga tujuan utama, yaitu merayakan Hari Ulang Tahun *XYZ* ke-44 dengan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, mewujudkan komitmen *XYZ Group* untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat dengan membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat kurang mampu, dan meningkatkan keterlibatan karyawan, khususnya dalam kegiatan sosial perusahaan dengan mendorong partisipasi karyawan dalam kegiatan sukarela.

Program *XYZ Volunteering Day* dilaksanakan di Desa Marga Mulya, Kecamatan Mauk, Kabupaten Tangerang, Banten. Program ini melibatkan 120 sukarelawan, termasuk para *Board of Directors*, *Senior Vice President*,

para karyawan *XYZ Group* dan anggota dari *Habitat*, untuk membangun 29 rumah bagi masyarakat kurang mampu.

Program ini terbagi menjadi dua fase, yaitu pembuatan konstruksi tembok pada 8 Juni 2024 dan pengecatan rumah pada 3 Agustus 2024, program ini tidak hanya memberikan bantuan konkrit bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan persaudaraan antar karyawan *XYZ Group*. Melalui *XYZ Volunteering Day*, penulis ikut serta untuk mewujudkan komitmen perusahaan untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat dan membangun tali kebersamaan antar karyawan.



Gambar 3.10 *XYZ Volunteering Day*

Sumber: Olahan Penulis (2024)

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3. Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang di PT XYZ Indonesia sebagai *Internal Communication Intern*, ditemukan beberapa kendala yaitu:

1. Sistem pelacakan stok *inventory* atau *merchandise* tidak memadai, sehingga banyak *merchandise* yang sudah diambil pengguna namun tidak terdata. Hal ini menyebabkan ketidakakuratan informasi stok dan berpotensi menimbulkan kerugian bagi perusahaan.
2. Selama pelaksanaan proses kerja magang, penulis mengalami kendala yang berkaitan dengan *Microsoft Excel*. Hal tersebut dikarenakan skill yang dimiliki oleh penulis masih *basic*.
3. Dalam beberapa pekerjaan tim, khususnya dengan rekan *intern* di divisi *Internal Communication*, terdapat kesulitan dalam berkoordinasi karena perbedaan cara kerja. Hal tersebut dapat menghambat kelancaran proyek dan menimbulkan adanya miskomunikasi satu sama lain.

3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dilakukan untuk menghadapi kendala-kendala yang ditemukan oleh penulis, yaitu:

1. Penulis merancang database terpusat dalam bentuk *Microsoft Excel* yang bertujuan untuk memudahkan tim *Internal Communication* dalam menyimpan informasi lengkap mengenai stok *inventory list*, termasuk riwayat pengambilan beserta keterangannya. Selain itu, penulis juga sempat melakukan beberapa kali pemeriksaan/audit fisik stok *inventory* untuk memastikan kesesuaian data dengan kondisi riil di gudang.
2. Meminta bantuan kepada tim *Internal Communication* untuk diberikan tutorial penggunaan *Excel*. Selain itu, penulis juga meningkatkan

pengetahuan dengan cara memanfaatkan tutorial dan sumber belajar *online*, seperti dari *platform YouTube* dan *TikTok*.

3. Penulis meningkatkan komunikasi terbuka dan aktif dengan rekan *intern* untuk memahami gaya kerja dan ekspektasi satu sama lain. Selain itu, penulis juga membangun komunikasi yang transparan dengan rekan *intern* untuk menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan bersama.

