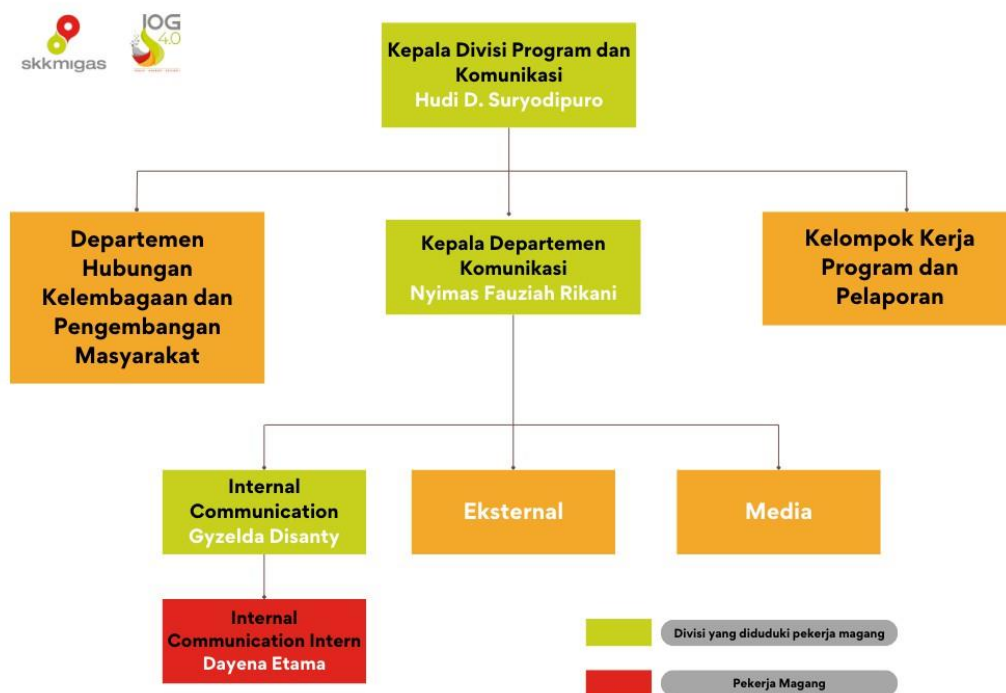


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam menjalankan program kerja magang, pekerja magang mengambil posisi *Internal Communication intern* yang berada di bawah Departemen Komunikasi pada Divisi Program dan Komunikasi.



Gambar 3 1 Struktur Divisi Program dan Komunikasi

Sumber : Olahan Pekerja Magang (2025)

Walaupun tergolong dalam posisi internal, namun *jobdesc* pekerja magang dapat pula mencakup komunikasi eksternal, menyesuaikan dengan kebutuhan SKK Migas. Hal ini berkaitan dengan arahan yang diberikan oleh Ibu Gyzelda Disanty, yang berperan sebagai *supervisor* selama masa magang. Selain memberikan arahan, beliau juga turut mengawasi dan memberikan evaluasi terhadap kinerja pekerja magang.

Dalam prosesnya, *Internal Communication intern* perlu menjalin hubungan dengan berbagai pihak, yakni *supervisor*, Mentor, dan Kepala Departemen. Hal ini dilakukan untuk mengomunikasikan hasil kerja pekerja magang, agar ide program dapat dikembangkan dan diterapkan oleh SKK Migas. Maka, alur kerja *Internal Communication intern* dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Ibu Gyzelda Disanty memberikan deskripsi tugas yang harus dilaksanakan oleh pekerja magang.
- 2) Pekerja magang mengerjakan tugas sesuai arahan Ibu Gyzelda.
- 3) Mengirimkan ide program (*draft*) kepada Ibu Tara selaku mentor sekaligus penghubung antara *intern* dengan Ibu Gyzelda, kemudian *draft* diberikan kepada Ibu Gyzelda.
- 4) Apabila *draft* sudah 'matang', maka tahap terakhir adalah penyaluran *draft* kepada Ibu Nyimas Fauziah Rikani selaku Kepala Departemen, untuk mendapatkan *approval*.
- 5) *Internal Communication intern* dapat memasarkan program tersebut kepada karyawan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Proses *internship* dilakukan selama kurang lebih enam ratus empat puluh jam. Pada prosesnya, terdapat berbagai pekerjaan yang dilakukan, yakni menyusun ide terkait beberapa *event* yang akan dijalankan, mencatat poin-poin penting dari *meeting* yang diselenggarakan, merancang dan merealisasikan kampanye internal perusahaan, serta menjadi sumber informasi terkait program internal kepada karyawan maupun pihak luar.

Secara garis besar, tugas pekerja magang mencakup perencanaan strategis hingga memasarkan program ke pihak internal. Adapun tahap eksekusi akan melibatkan seluruh divisi yang ada di SKK Migas. Berdasarkan deskripsi kerja pekerja magang, maka dapat dikatakan peran *Internal Communication* berfokus pada komunikasi pemasaran internal.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut merupakan fokus kerja utama *Internal Communication intern* selama menjalankan program magang, yakni:

Tabel 3 1 Tugas Utama Magang SKK Migas

<i>Event Management</i>	Membantu merancang dan mengelola acara internal dengan mengikuti <i>lima tahapan event management</i>
<i>Employee Appreciation Program</i>	Memberikan dukungan dalam pelaksanaan program internal berupa apresiasi kepada karyawan dengan cara memastikan kelancaran pengiriman dan tidak terjadi kendala yang signifikan
<i>Public Speaking</i>	Menjaga serta mengelola <i>booth</i> SKK Migas dan menyampaikan informasi terkait SKK Migas kepada pengunjung.

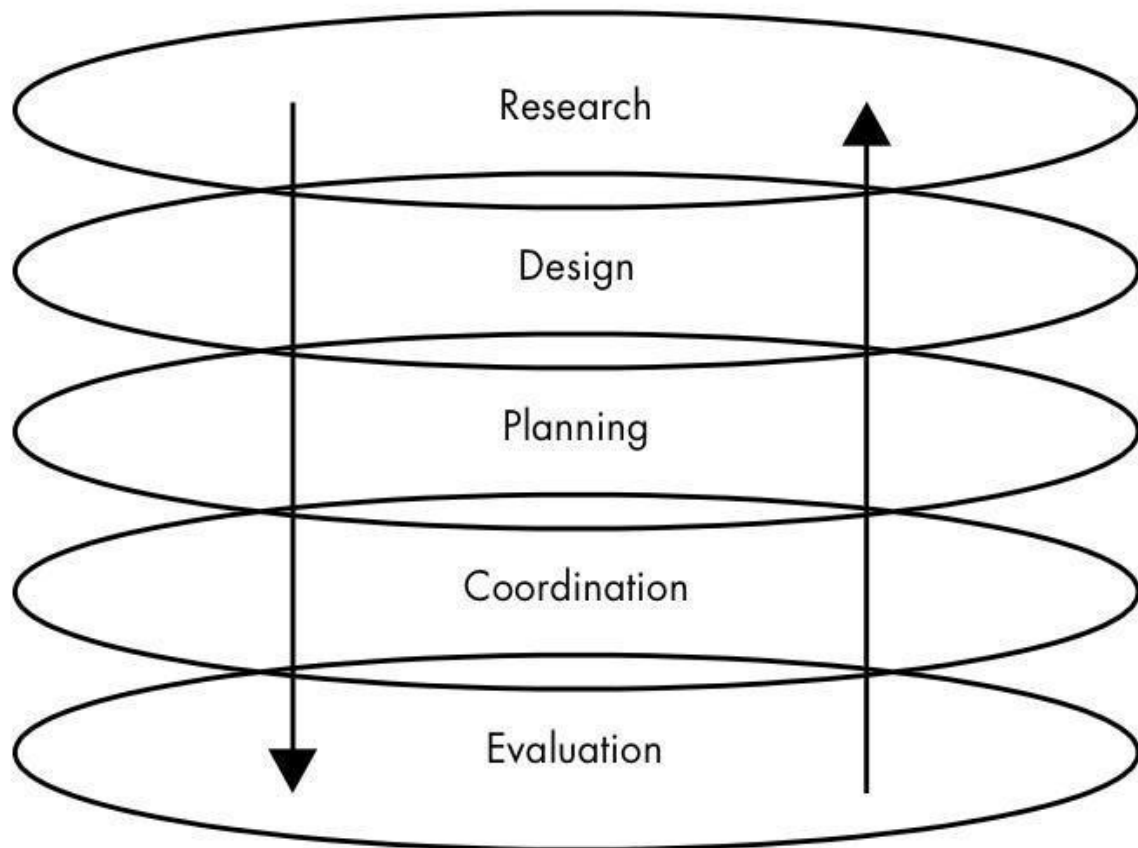
Sumber: Dokumentasi Laporan magang (2024).

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Secara lebih mendalam, berikut adalah deskripsi tugas yang dilakukan oleh *Internal Communication intern* selama masa magang:

A. *Event Management Internal*

Event management dikatakan sebagai bidang multidisiplin yang melibatkan berbagai aspek inti, seperti pemasaran, keuangan, manajemen proyek, strategi, operasi, desain acara, dan sumber daya manusia, yang bertujuan untuk merancang, mengelola, dan mengevaluasi acara secara efektif (Bladen et al., 2022). Demi memastikan sebuah acara dapat berkembang secara berkelanjutan dan menjaga konsistensi efektivitasnya, ada lima tahapan penting yang perlu dilalui dalam menyusun sebuah acara atau event agar berjalan dengan lancar dan efisien (Goldblatt & Lee, 2020). 5 tahapan tersebut adalah :



Gambar 3 2 Tahap perencanaan Event

Sumber : Goldblatt & Lee (2020)

1. *Research*

Tahapan penelitian merupakan langkah awal yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan acara. Dalam tahap ini, tujuan utamanya adalah untuk mengumpulkan informasi yang relevan demi mengurangi risiko kegagalan dan memastikan acara sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan. Metode yang digunakan dalam tahapan ini adalah penelitian secara kuantitatif, kualitatif, maupun campuran. Dengan diadakannya penelitian ini maka penyelenggara dapat mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, serta harapan audiens.

2. *Design*

Tahapan kedua adalah design, dimana pada tahapan ini terjadi sebuah proses kreatif untuk merancang konsep berdasarkan data dari penelitian. Tahapan ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu brainstorming dan mind mapping. Rancangan yang telah dibuat akan mencerminkan tujuan dari organisasi dan kebutuhan pemangku kepentingan.

3. *Planning*

Tahap ketiga adalah perencanaan, dimana pada tahapan ini mencakup timing, space dan tempo. Timing mengacu pada seberapa banyak waktu yang dimiliki penyelenggara untuk bertindak. Dengan adanya timing, pihak penyelenggara dapat menentukan kapan acara akan diselenggarakan dan berapa lama waktu yang mereka miliki untuk mempersiapkan acara tersebut. Space mengacu pada dimana acara akan diselenggarakan. Salah satu yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi acara adalah umur dan tamu yang akan hadir. Tempo mengacu pada kecepatan atau ritme pelaksanaan kegiatan dalam setiap tahapan proses. Tempo sangat penting untuk memastikan bahwa setiap langkah dilaksanakan sesuai jadwal, dengan koordinasi yang baik, dan tanpa penundaan yang dapat memengaruhi keberhasilan acara secara keseluruhan.

4. *Coordination*

Pada tahap ini, semua elemen dari rencana mulai diimplementasikan secara nyata. Komunikasi yang efektif menjadi kunci untuk memastikan setiap anggota tim memahami peran dan tanggung jawab mereka. Penyelenggara harus mengelola logistik, seperti pengaturan lokasi, pemasangan peralatan, dan koordinasi dengan vendor agar semua dapat berjalan dengan lancar sesuai jadwal yang telah ditentukan. Fleksibilitas juga dibutuhkan pada tahap ini untuk menangani masalah tak terduga, seperti gangguan teknis atau perubahan jadwal. Pemantauan pada saat acara berlangsung juga menjadi hal yang penting agar peserta dapat terus memiliki pengalaman yang positif. Dengan pengelolaan waktu yang baik, komunikasi yang terorganisir, dan rencana cadangan yang matang, pada tahap koordinasi dapat memastikan acara berjalan lancar.

5. *Evaluation*

Tahapan terakhir yaitu tahap evaluasi dilakukan setelah acara selesai untuk menilai keberhasilannya berdasarkan indikator kinerja *utama* (*Key Performance Indicators/KPI*). Evaluasi dapat dilakukan dengan metode survei peserta, analisis data keterlibatan peserta, dan dengan membandingkan hasil aktual dengan tujuan awal (misalnya pencapaian target audiens atau anggaran). Dengan melakukan evaluasi, hasilnya dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang.

Dalam melaksanakan magang di SKK Migas, pekerja magang memiliki tugas untuk merangkai beberapa acara *internal* demi kebutuhan organisasi. Acara-acara tersebut sebagian besar berkaitan dengan hari raya yang juga melibatkan banyak orang. Salah satu contohnya adalah pada saat perayaan Hari Kartini. Dalam rangka menyambut Hari Raya Kartini pada bulan April 2024, SKK Migas ingin mengadakan program internal dengan tujuan meningkatkan motivasi kerja serta memberikan apresiasi kepada karyawannya, terutama wanita. Dalam merangkai acara tersebut, pekerja magang juga melewati 5 tahapan pelaksanaan event menurut Goldblatt & Lee (2020), yaitu :

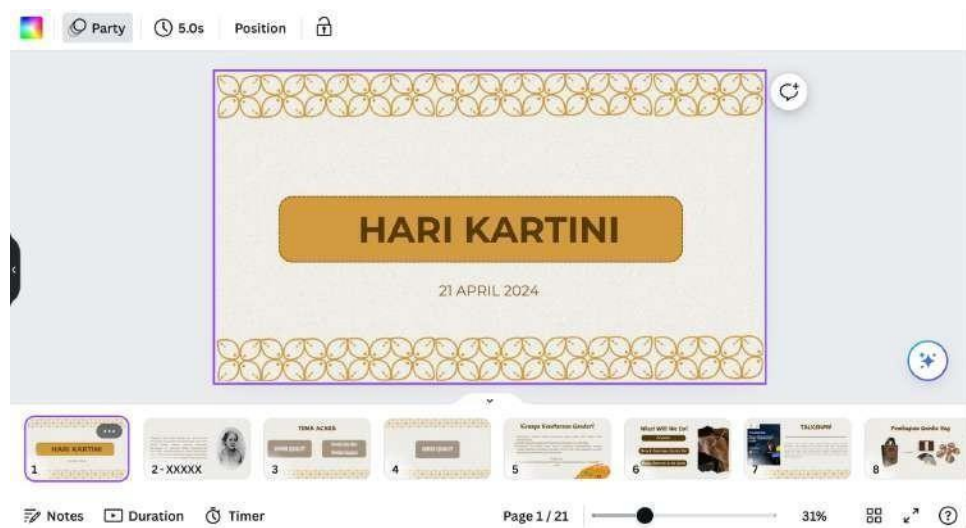
1. *Research*

Pada tahapan ini, pekerja magang melakukan penelitian dengan mencari tahu hal-hal terkait perempuan masa kini, hal ini dimulai dari topik yang banyak diminati sekarang. Salah satu contohnya adalah topik terkait emansipasi wanita serta isu mengenai kesetaraan gender. Tidak hanya itu, pekerja magang juga bertanya kepada *supervisor* terkait jumlah karyawan perempuan di SKK Migas beserta rentang umurnya. Setelah digali lebih dalam diketahui bahwa karyawan perempuan dengan umur di bawah 30 tahun tidak mencapai 10 orang. Dengan mengetahui hal ini, pekerja magang dapat menentukan kegiatan apa yang tepat agar karyawan SKK Migas tertarik dengan kegiatan yang akan diadakan. Beberapa kegiatan yang menjadi kandidat untuk diimplementasikan adalah *fun walk*, yakni jalan santai sambil menyuarakan isu dan ajakan emansipasi wanita. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan *awareness* karyawan agar dapat mencegah

isu ketidaksetaraan gender. Kegiatan lain yang menjadi kandidat adalah acara *talkshow* di mana SKK Migas akan mengundang narasumber yang relevan dan mempersuasi karyawan wanita untuk menjadi audiens dan Woman Employee of The Month dimana SKK Migas akan melakukan pemberian plakat dan sertifikat sebagai bentuk penghargaan kepada kinerja karyawan wanita.

2. *Design*

Setelah terjadinya proses penelitian, pada tahap ini pekerja magang dan *supervisor* melakukan *brainstorming* untuk membahas mulai dari ide-ide yang dimiliki sampai dengan isi *goodie bag* yang akan diberikan. Tahap ini dilakukan dengan pekerja magang mempresentasikan ide yang telah dibuat dalam bentuk *pitch deck* kepada *supervisor*.



Gambar 3 3 Pitch Deck Acara Hari Kartini

Sumber : Dokumentasi laporan magang (2024)

Setelah melakukan *brainstorming* disimpulkan bahwa acara *fun walk* dinilai kurang efektif dikarenakan beberapa kendala, seperti proses melibatkan pihak eksternal untuk keamanan (polisi), rute jalur dengan pertimbangan kemacetan, dan sebagainya. Selain itu, acara 'jalan santai' kurang sejalan dengan tema yang ingin diangkat. Karyawan akan berfokus pada faktor lain seperti panasnya cuaca, keringat, kelelahan. Pada acara *talkshow*, setelah dikembangkan, sebenarnya acara ini relevan, namun satu hal yang menjadi pertimbangan adalah apakah program tersebut akan diminati dan

mendorong motivasi kerja karyawan wanita. Tokoh pembicara yang diajukan oleh pekerja magang yaitu Najwa Shihab juga tidak dapat disetujui karena adanya keterbatasan biaya dan faktor lainnya, sehingga dipertimbangkan untuk mengundang tokoh lain sebagai pembicara yaitu Cantika Felder. Berdasarkan faktor tersebut, *intern* kembali melakukan *brainstorming* untuk menghasilkan program yang menarik. Setelah berbagai ide dihasilkan, maka ide solutif yang dinilai paling efektif adalah dengan mengadakan acara *Woman Employee of The Month* yang selanjutnya diubah menjadi Kartini SKK Migas; pemberian plakat dan sertifikat sebagai bentuk penghargaan kepada kinerja karyawan wanita. Untuk memeriahkan suasana serta menarik minat partisipasi, keputusan akhir SKK Migas adalah dengan mengadakan acara Zumba dan acara *talkshow* bersama Cantika Felder sebagai narasumber dengan tema “Perempuan Sehat Perempuan Produktif” serta menyediakan *goodie bag* bagi seluruh karyawan yang hadir.

3. *Planning*

Pada tahapan ini setelah melewati tahap *design*, maka hasil dari *brainstorming* dapat dilanjutkan menjadi tahap perencanaan. Pada tahap ini pekerja magang tidak dapat terlibat aktif dikarenakan SKK Migas sendiri sudah memiliki keterlibatan kerja sama dengan vendor yang berasal dari luar yaitu dengan PT Swara Gangsing atau perusahaan *Event management*. Pada tahapan ini, yang dilakukan oleh pekerja magang adalah mencari tahu mengenai informasi serta kebutuhan dan permintaan dari pembicara yang akan hadir dalam acara *talkshow* serta zumba yaitu Cantika Felder. Mengenai hal lain seperti *rundown* sudah ditangani oleh *supervisor* beserta PT Swara Gangsing.

4. *Coordination*

Pada tahapan ini komunikasi menjadi satu hal yang krusial demi kelancaran acara. Pekerja magang bekerja sama dengan *supervisor* dan tim internal lain untuk memastikan detail acara, seperti persiapan kebutuhan pembicara, materi pembicara, dan lain-lain. Dengan memastikan kesiapan hal ini maka akan mengurangi risiko terjadinya kendala selama acara berlangsung. Namun kendala tetap terjadi selama acara. Hal ini melibatkan peserta dan

pembagian *goodie bag* yang diberikan pada saat acara *talkshow* berlangsung. Peserta memiliki kesalahpahaman bahwa seluruh peserta yang hadir akan mendapatkan *goodie bag*, namun telah disampaikan pada poster acara yang dibagikan bahwa yang mendapatkan *goodie bag* hanyalah peserta yang mengikuti kedua kegiatan yaitu zumba dan *talkshow*. Kesalahpahaman ini mengakibatkan kurangnya ketersediaan *goodie bag* dan keresahan peserta yang belum mendapatkan *goodie bag* tersebut. Disini pekerja magang mengandalkan komunikasi dengan *supervisor* untuk mengatasi masalah tersebut.



Gambar 3 4 Tangkapan Layar Komunikasi Acara Hari Kartini

Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Setelah melakukan komunikasi terkait kendala yang terjadi, diputuskan bahwa pembagian *goodie bag* yang tersisa akan dilaksanakan saat akhir acara, dimana seluruh peserta yang belum mendapatkan *goodie bag* harus melakukan absen untuk memastikan bahwa mereka benar-benar mengikuti

acara tersebut. Selain kendala mengenai *goodie bag*, acara lain berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala yang signifikan.

5. *Evaluation*

Tahapan ini sangat diperlukan agar keseluruhan bagian dari acara yang telah dilakukan dapat dilihat dari berbagai aspek dan agar permasalahan yang telah terjadi tidak lagi terulang pada acara di masa depan. Namun sayangnya, proses evaluasi pada acara ini hanya dilakukan sebagai bentuk formalitas saja yaitu dengan bertanya kepada beberapa pegawai terkait kesan dan pesan mereka selama acara berlangsung. Hal ini dapat dijadikan sebagai pengalaman agar kedepannya dapat dilakukan evaluasi untuk mengurangi potensi terjadi kendala yang sama.

Setelah acara berakhir, pekerja magang dapat menyimpulkan bahwa pelaksanaan acara internal di SKK Migas telah mengikuti lima tahapan perencanaan event menurut Goldblatt & Lee (2020), mulai dari penelitian hingga evaluasi. Namun, terdapat beberapa gap antara konsep ideal dan implementasi di lapangan. Salah satu gap yang terlihat adalah keterbatasan keterlibatan pekerja magang pada tahap perencanaan karena sebagian besar proses ditangani oleh vendor eksternal, sehingga pengalaman magang dalam aspek ini menjadi kurang maksimal. Selain itu, meskipun acara secara umum berjalan lancar, kendala seperti kesalahpahaman terkait pembagian *goodie bag* menunjukkan perlunya komunikasi yang lebih jelas kepada peserta untuk menghindari keresahan. Pada tahap evaluasi, gap lainnya adalah pendekatan yang hanya bersifat formalitas tanpa analisis mendalam, sehingga peluang untuk perbaikan di masa depan menjadi terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan acara dapat lebih optimal dengan keterlibatan penuh tim internal dan evaluasi yang lebih terstruktur

B. *Employee Appreciation Program*

Budaya organisasi yang positif merupakan salah satu faktor penting yang dapat mendorong kepuasan, keterlibatan, dan produktivitas karyawan dalam suatu perusahaan. Konsep *Positive Organizational Culture*, menurut Schein (2019) dalam *The Corporate Culture Survival Guide*, didefinisikan sebagai budaya yang mendukung keberlangsungan organisasi melalui penerapan nilai-nilai inti yang konsisten, pelaksanaan ritual penghargaan yang bermakna, serta pengelolaan komunikasi internal yang efektif. Budaya ini berperan sebagai "lem sosial" yang menyatukan seluruh elemen organisasi melalui nilai-nilai bersama, menciptakan rasa identitas kolektif, serta meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Lebih lanjut, Robbins & Judge (2023) menjelaskan bahwa budaya organisasi yang positif memiliki tiga elemen utama yaitu :

1. *Rewarding More Than Punishing*

Elemen ini dapat didefinisikan sebagai budaya yang menekankan pentingnya memberikan pengakuan dan penghargaan atas kontribusi karyawan dibandingkan menerapkan hukuman.

2. *Building on Employee Strengths*

Pada elemen ini, perusahaan untuk kelebihan individu karyawan dengan memberikan tugas atau tanggung jawab yang sesuai dengan kemampuan mereka.

3. *Emphasizing Vitality and Growth*

Pada elemen ini perusahaan memberikan peluang kepada karyawan untuk mengembangkan diri melalui pelatihan, *workshop*, atau pengalaman kerja baru yang dapat mendukung pertumbuhan pribadi maupun profesional.

Melalui penerapan elemen-elemen tersebut, perusahaan dapat menciptakan suasana kerja yang kondusif dan sehat, sehingga karyawan merasa dihargai, didukung, dan memiliki tujuan bersama. Hal ini tidak hanya meningkatkan

motivasi kerja dan kepuasan karyawan, tetapi juga mampu mengurangi tingkat *turnover*. Dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompleks, penerapan budaya organisasi yang positif menjadi salah satu strategi penting bagi perusahaan untuk mencapai keberlanjutan dan keunggulan kompetitif.

Selama menjalani program magang di SKK Migas, pekerja magang turut berkontribusi dalam program internal yang telah dijalankan oleh perusahaan selama dua hingga tiga tahun terakhir. Salah satu program tersebut adalah pemberian *gift* sebagai bentuk penghargaan kepada karyawan SKK Migas, yang dikirimkan setiap hari dari kantor pusat kepada karyawan yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Dalam pelaksanaannya, pekerja magang mendukung supervisor untuk memastikan *gift* tersebut diterima dengan baik oleh para penerima. Hal ini menjadi tantangan mengingat setiap bulan terdapat sekitar 80 karyawan yang berulang tahun, sehingga terkadang terjadi kendala seperti kesalahan pengiriman atau ketidaksesuaian data penerima. Selain program tersebut, pekerja magang juga terlibat dalam perayaan Hari Ulang Tahun (HUT) SKK Migas yang dilaksanakan pada bulan September 2024. Dalam acara ini, SKK Migas memberikan penghargaan kepada karyawan yang telah berkontribusi selama kurang lebih 21 tahun. Peran pekerja magang dalam kegiatan ini adalah membantu supervisor untuk memastikan pelaksanaan acara berjalan lancar dan penghargaan dapat diterima tanpa kendala kepada penerima penghargaan. Namun beberapa kendala juga dapat terjadi seperti kendala koneksi untuk karyawan yang berada di luar kantor pusat.

Hal ini dapat dikaitkan dengan konsep *Positive Organizational Culture* yang dijelaskan oleh Schein (2019) Praktik organisasi ini sejalan dengan elemen *Rewarding More Than Punishing*, di mana perusahaan memberikan penghargaan simbolis berupa tanda penghargaan kepada karyawan sebagai wujud perhatian dan apresiasi. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung elemen *Building on Employee Strengths* dengan melibatkan pekerja magang dalam proses persiapan, seperti menyiapkan tanda penghargaan dan memastikan setiap detailnya sesuai dengan standar perusahaan. Dengan memberikan tanggung jawab tersebut kepada pekerja magang, SKK Migas menunjukkan komitmennya untuk memberdayakan individu sesuai dengan kemampuan mereka sekaligus memberikan pengalaman kerja yang

berharga. Program apresiasi ini tidak hanya meningkatkan rasa dihargai dikalangan karyawan tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara perusahaan dan anggotanya.

Kesimpulannya, program apresiasi karyawan yang dilakukan oleh SKK Migas, seperti pemberian *gift* ulang tahun dan penghargaan kepada karyawan yang telah lama berkontribusi, mencerminkan penerapan *Positive Organizational Culture*. Hal ini tidak hanya memberikan pengalaman kerja yang berharga bagi pekerja magang tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan untuk memberdayakan individu sesuai dengan kemampuan mereka. Dengan demikian, program ini berhasil memperkuat hubungan emosional antara perusahaan dan karyawannya, sekaligus menciptakan suasana kerja yang positif. Namun, terdapat beberapa gap antara implementasi di lapangan dengan konsep ideal *Positive Organizational Culture*. Salah satu gap utama adalah terkait elemen *Emphasizing Vitality and Growth*, di mana program apresiasi ini belum sepenuhnya memberikan peluang besar bagi karyawan untuk mengembangkan diri melalui pelatihan atau pengalaman baru yang mendukung pertumbuhan profesional mereka. Selain itu, kendala operasional seperti kesalahan pengiriman *gift* atau ketidaksesuaian data penerima menunjukkan perlunya perbaikan dalam sistem manajemen data dan komunikasi internal agar program dapat berjalan lebih efektif. Pada acara perayaan HUT SKK Migas, evaluasi yang dilakukan hanya bersifat formalitas tanpa analisis mendalam, sehingga peluang untuk perbaikan di masa depan menjadi terbatas. Gap ini menunjukkan bahwa meskipun program apresiasi telah berjalan baik dalam menciptakan budaya organisasi yang positif, masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut agar selaras dengan konsep ideal yang mendukung keberlanjutan dan keunggulan kompetitif perusahaan.

C. Public Speaking

Public speaking adalah keterampilan komunikasi yang penting dalam berbagai konteks profesional, seperti yang dijelaskan dalam *The Art of Public Speaking* oleh Lucas & Stob, (2020). Buku ini menguraikan sejumlah konsep utama yang dapat membantu individu menyampaikan pesan secara efektif, menarik, dan relevan bagi audiensnya. Beberapa prinsip inti dalam konsep ini meliputi:

1. Analisis Audiens (*Audience Analysis*)

Lucas menjelaskan bahwa analisis audiens adalah langkah pertama yang harus dilakukan sebelum berbicara di depan umum. Pemahaman terhadap demografi (usia, jenis kelamin, pendidikan) dan psikografi (minat, nilai, ekspektasi) audiens membantu pembicara menyusun pesan yang relevan dan sesuai kebutuhan audiens.

2. Kredibilitas Pembicara (*Ethos*)

Kredibilitas, atau *ethos*, merupakan elemen penting yang memengaruhi penerimaan audiens terhadap pesan. Kredibilitas dibangun melalui pemahaman mendalam terhadap topik (*perceived intelligence*), karakter yang baik (*virtuous character*), dan perhatian terhadap audiens (*goodwill*).

3. Struktur Penyampaian Pesan

Penyampaian pesan yang efektif membutuhkan struktur yang jelas, terdiri dari pendahuluan untuk menarik perhatian, isi utama yang terorganisasi, dan penutup yang memberikan kesimpulan serta mendorong tindakan. Struktur ini membantu audiens memahami informasi dengan lebih mudah.

4. Penggunaan Bahasa dan Gaya Komunikasi

Bahasa yang digunakan harus jelas, relevan, dan sesuai dengan audiens. Selain itu, gaya komunikasi nonverbal seperti kontak mata, intonasi, dan gestur memainkan peran penting dalam memperkuat pesan.

5. Etika dalam Public Speaking

Pada poin ini ditekankan pentingnya kejujuran, penghormatan terhadap audiens, dan menghindari manipulasi dalam berbicara di depan umum. Etika yang baik meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pembicara.

Pada tanggal 14-16 Mei 2024, IPA Convention & Exhibition (IPA Convex) kembali diadakan untuk ke empat puluh delapan kalinya, di ICE BSD. IPA Convex merupakan ajang besar berbentuk pameran tahunan yang diselenggarakan oleh industri minyak dan gas, dengan visi menciptakan keberlanjutan (sustainability) penyediaan sumber minyak bumi di Indonesia (Pertamina, dsb), SKK Migas menjadi salah satu penyelenggara acara tersebut dan berkesempatan untuk membuka booth di IPA Convex. Tujuan dari booth tersebut adalah untuk memperkuat dan mempertahankan reputasi positif perusahaan SKK Migas di masyarakat luas. di Indonesia (Pertamina, dsb), SKK Migas menjadi salah satu penyelenggara acara tersebut dan berkesempatan untuk membuka booth di IPA Convex. Tujuan dari booth tersebut adalah untuk memperkuat dan mempertahankan reputasi positif perusahaan SKK Migas di masyarakat luas.

Selama *event* berlangsung, pekerja magang diberi kewajiban untuk turut berpartisipasi dalam menjaga *booth*. Adapun pekerja magang bertugas untuk memberikan sedikit pemaparan mengenai pencapaian SKK Migas dan apa saja yang sudah dilakukan serta dicapai, menjalin hubungan komunikasi dengan pengunjung; menjawab pertanyaan seputar *internship* di SKK Migas. Hal ini dikarenakan tingginya minat masyarakat untuk mengikuti program *internship* di SKK Migas, yang selalu tumbuh setiap tahunnya .

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.5 Booth SSK Migas

Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Jika dikaitkan dengan prinsip inti dalam teori menurut Lucas & Stob (2020), maka pekerja magang telah mengimplementasikan teori-te tersebut untuk memastikan komunikasi dengan pengunjung berjalan efektif. Berikut adalah hasil penjabaran teori tersebut :

1. Analisis Audiens

Analisis audiens diterapkan dengan menyesuaikan gaya komunikasi berdasarkan karakteristik pengunjung, seperti ketika pekerja magang sedang berinteraksi dengan pengunjung yang berprofesi sebagai karyawan dari KKKS maupun dari perusahaan lainnya maka pekerja magang menggunakan gaya dan intonasi yang lebih formal dan sopan dengan bahasa yang terstruktur serta menunjukkan penghormatan terhadap pengalaman dan usia mereka. Berbeda lagi ketika berinteraksi dengan mahasiswa yang berkunjung ke pameran tersebut, pekerja magang akan menggunakan gaya bahasa dan pendekatan yang lebih interaktif dan santai serta melibatkan mereka dalam percakapan dua arah. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan suasana nyaman

sehingga pengunjung muda lebih terbuka untuk bertanya atau berbagi pengalaman.

2. Kredibilitas Pembicara

Kredibilitas dibangun oleh pekerja magang melalui penyampaian informasi yang akurat mengenai SKK Migas, baik dari arti, fungsi, tanggung jawab, hingga prestasi. Banyak pengunjung yang belum memiliki pengetahuan lebih mengenai SKK Migas, ketika pekerja magang menjelaskan hal tersebut secara rinci dan lugas, maka pendengar akan merasa bahwa *knowledge* yang dimiliki lengkap sehingga terdengar lebih kredibel. Ketika berbicara dengan pengunjung yang lebih muda, maka topik yang dibicarakan juga berbeda. Contohnya adalah ketika pekerja magang berbicara dengan mahasiswa, topik yang ingin mereka dengar bukanlah seputar informasi lengkap SKK Migas melainkan mengenai *internship* di SKK Migas. Mereka ingin mengetahui secara lebih lengkap dan jelas, jika tertarik mereka akan meminta kontak agar dapat menghubungi lebih lanjut.

3. Struktur Penyampaian Pesan

Penyampaian informasi dilakukan secara sistematis untuk memastikan pesan dapat dipahami dengan baik oleh pengunjung. Pekerja magang memulai dengan pendahuluan yang menarik, seperti memberikan gambaran umum tentang peran SKK Migas dalam industri energi.

Kemudian, isi utama mencakup informasi mendetail mengenai program *internship*, pencapaian terbaru SKK Migas, serta kontribusi perusahaan dalam pengembangan sumber daya manusia di Indonesia. Penutup disampaikan dengan mengundang pengunjung untuk bertanya lebih lanjut atau mencari informasi tambahan melalui platform resmi SKK Migas. Struktur yang terorganisasi ini membantu menciptakan komunikasi yang jelas, terarah, dan profesional.

4. Penggunaan Bahasa dan Gaya Komunikasi

Pekerja magang menggunakan bahasa yang sesuai dengan karakteristik audiens. Untuk pengunjung muda, digunakan bahasa santai. Sementara itu, untuk audiens dewasa, digunakan bahasa formal yang dilengkapi

data atau fakta pendukung untuk menambah kesan profesional. Selain itu, elemen komunikasi nonverbal, seperti kontak mata, senyuman, gestur tangan, dan intonasi suara, dimanfaatkan untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Penggunaan bahasa dan gaya komunikasi yang sesuai ini membantu memastikan bahwa pesan diterima dengan baik oleh pengunjung

5. **Etika dalam *Public Speaking***

Etika dalam berbicara menjadi prioritas utama selama menjaga *booth*. Pekerja magang memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan benar dan tidak menyesatkan. Apabila terdapat pertanyaan di luar konteks atau informasi yang belum diketahui, pekerja magang dengan jujur menyampaikan keterbatasan tersebut dan menawarkan bantuan untuk mencari informasi lebih lanjut melalui *supervisor* atau sumber resmi perusahaan. Pendekatan ini mencerminkan integritas dan tanggung jawab profesional dalam berbicara di depan publik

Dengan bertambahnya pengetahuan pengunjung mengenai SKK Migas, baik pencapaian maupun program yang dijalankan SKK Migas maka kesan yang berada dalam pikiran mereka menjadi lebih baik sehingga reputasi SKK Migas dalam pikiran mereka menjadi lebih baik dan positif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2.3 Kendala Utama

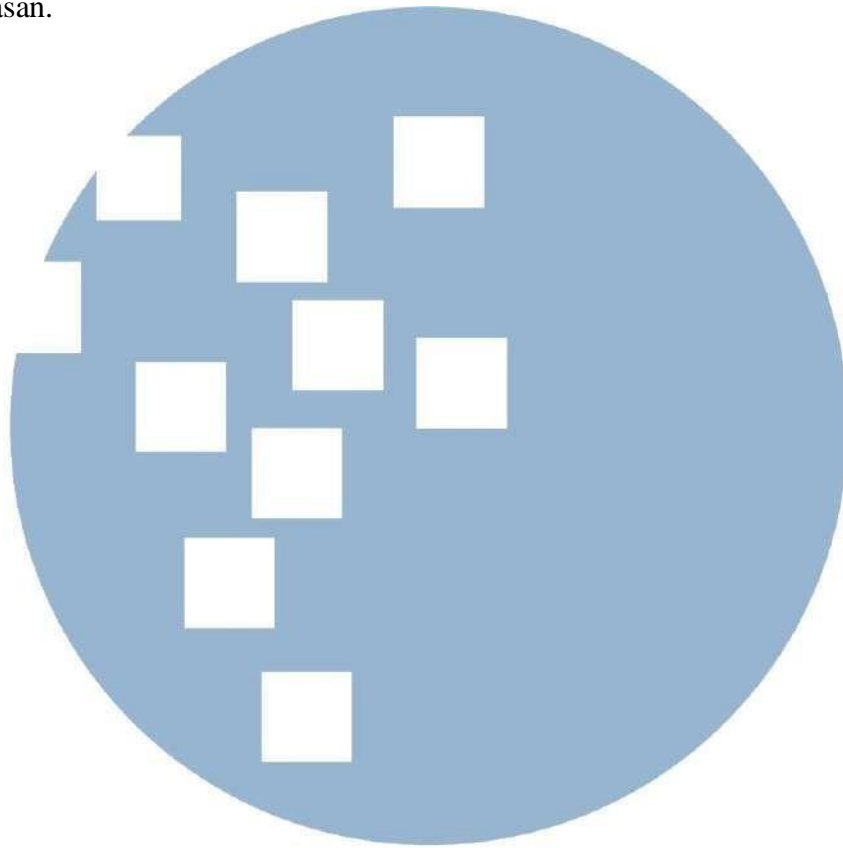
Ketika menjalani program kerja magang, tentu terdapat berbagai faktor yang menjadi kendala pekerja magang. Namun, hal yang menjadi kendala utama adalah komunikasi terkait tugas yang dilaksanakan saat magang dan variasi tugas yang terlalu beragam.

Dalam beberapa kesempatan, penyampaian instruksi dari pihak pembimbing atau tim terkait belum sepenuhnya jelas, sehingga pekerja magang perlu melakukan klarifikasi lebih lanjut untuk memastikan pemahaman yang tepat. Tantangan ini menjadi kesempatan bagi pekerja magang untuk belajar berkomunikasi lebih proaktif dan mengajukan pertanyaan yang relevan. Selain itu, variasi tugas yang beragam juga menjadi tantangan tersendiri. Pekerja magang sering dihadapkan pada berbagai jenis tugas yang terkadang kurang selaras dengan ruang lingkup *internal communication* yang menjadi fokus utama selama magang. Hal ini menyebabkan perhatian pekerja magang terbagi, sehingga upaya untuk mendalami dan mengoptimalkan tugas inti menjadi kurang maksimal. Meskipun tantangan ini memberikan peluang untuk mempelajari berbagai bidang baru, situasi tersebut juga memerlukan kemampuan prioritas yang lebih baik agar tujuan utama dari program magang dapat tercapai dengan lebih jelas.

3.2.4 Solusi

Sebagai solusi dari kendala yang dihadapi, maka upaya yang dilakukan pekerja magang adalah meningkatkan komunikasi secara proaktif. Pekerja magang dapat segera meminta klarifikasi jika ada instruksi yang dirasa kurang jelas, baik melalui diskusi langsung maupun dengan menggunakan alat komunikasi lain. Selain itu, membuat catatan atau merangkum kembali instruksi dari pembimbing membantu memastikan tidak ada informasi yang terlewat. Selanjutnya, untuk menghadapi variasi tugas yang beragam, pekerja magang menyusun daftar tugas berdasarkan prioritas dan relevansi dengan fokus utama selama magang. Jika tugas yang diberikan terlalu banyak atau kurang sesuai dengan bidang yang ingin dipelajari, pekerja magang dapat berdiskusi dengan *supervisor* untuk mencari solusi yang saling menguntungkan. Selain itu, mengatur waktu dengan baik menjadi langkah penting bagi pekerja magang agar dapat tetap mendalami tugas utama tanpa mengabaikan tanggung jawab lainnya. Meskipun variasi tugas menjadi tantangan,

situasi ini juga bisa dimanfaatkan untuk mempelajari hal-hal baru dan memperluas wawasan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA