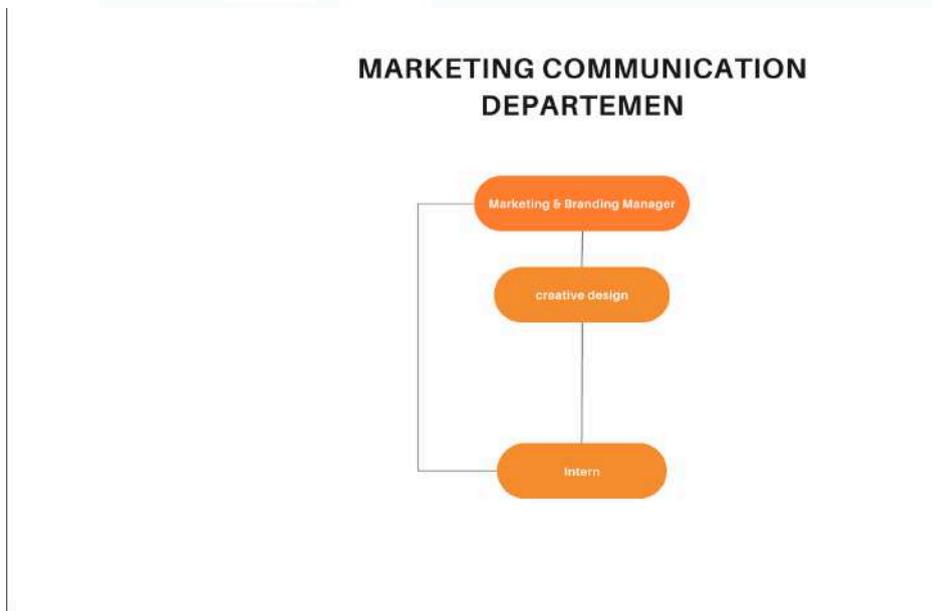


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama dalam pelaksanaan kerja magang di Harris Barelang Batam, Penulis ditempatkan di divisi Marketing Communication sebagai Marketing Communication intern. Berikut merupakan struktur departemen marketing communication di Harris Barelang Batam.



Gambar 3.1 Struktur organisasi Marketing Communication Harris Barelang Batam

Sumber : Dokumen Harris Barelang Batam

Melihat gambar diatas, penulis diawasi dan diarahkan langsung oleh ibu Ophelia Firsty sebagai Marketing and Branding Manager. Ibu Ophelia Firsty merupakan pembimbingan langsung dan pembimbing lapangan penulis selama magang. Penulis juga diarahkan oleh Bapak Dolfi Wijayanto sebagai creative design atau graphic design dalam mengerjakan tugas yang diberikan ibu Ophelia Firsty. Penulis juga mendapatkan tugas dari General Manager tetapi tugas tersebut tidak disampaikan langsung oleh bapak Bart Jan Van Den BRINK sebagai General Manager, tetapi disampaikan oleh ibu Ophelia Firsty sebagai marketing & branding manager dan juga sebagai supervisor dari penulis.

Selama menjalani masa magang, penulis kerja sebagai marketing and branding intern. penulis diberikan tanggung jawab menjadi marketing and branding intern yang berhubungan dengan *social media*, pemasaran, konten, promo, dan *event*. Selain mengerjakan tugas yang diberikan, penulis juga diberikan pembelajaran training mengenai nilai dasar dari perusahaan, goals dari perusahaan, visi, dan misi perusahaan. Tidak hanya itu, guideline dalam *interim photography*, pemakaian font, warna, typography, foto atau video dalam membuat konten harus sesuai dengan standard dan ketentuan perusahaan. Jika penulis membuat kesalahan, penulis akan diarahkan dan juga revisi dari supervisor yaitu ibu Ophelia Firsty dan juga bapak Dolfi Wijayanto.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

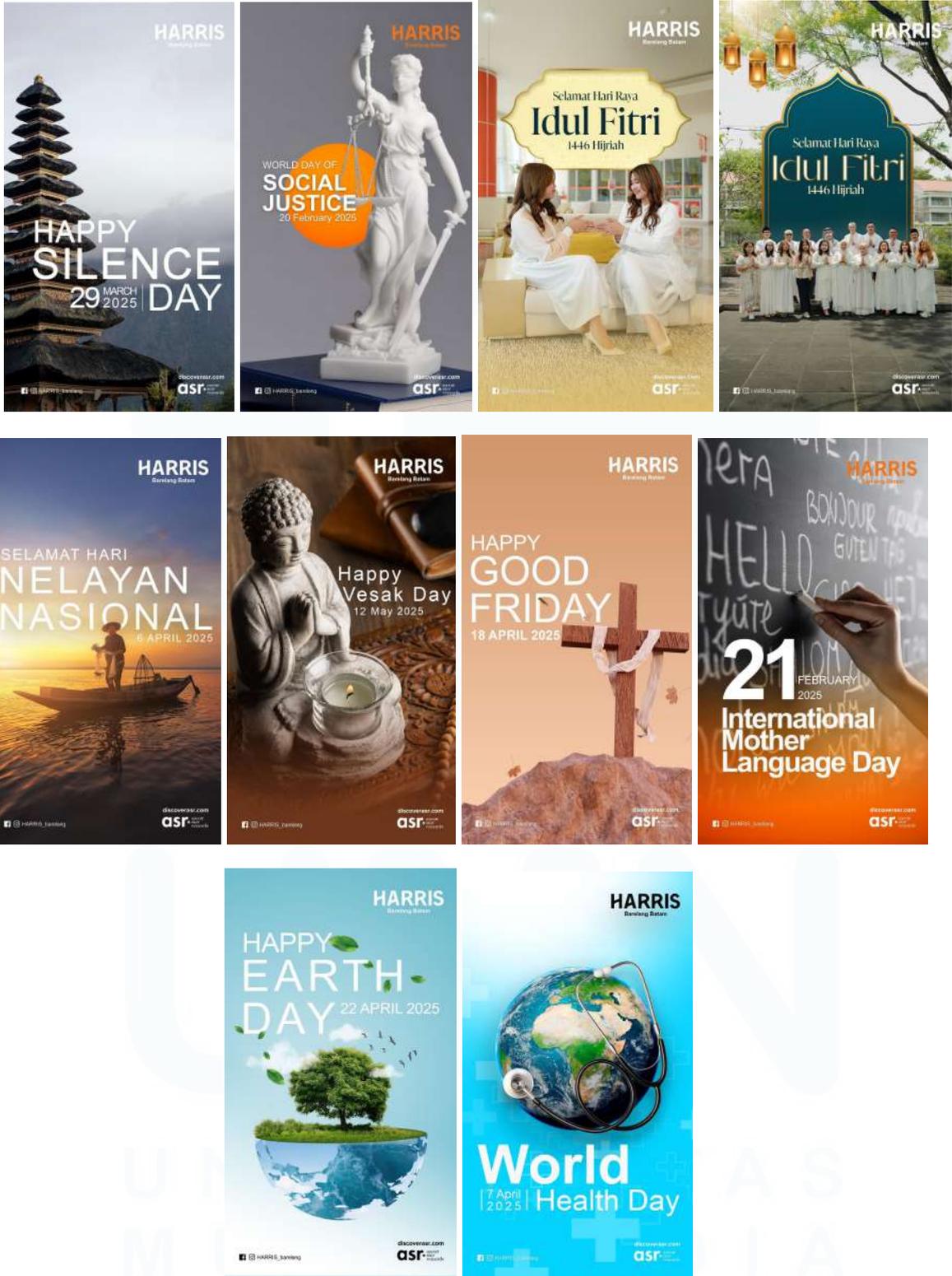
Selama berjalannya praktik magang, penulis mendapatkan tugas dan tanggung jawab sebagai *marketing communication intern* yang diberikan oleh supervisor. Berikut merupakan tugas yang dilakukan penulis selama masa kerja magang di Harris Bareleng Batam.

No.	Jenis Pekerjaan	Divisi	Koordinasi
Tugas Utama			
1.	Membuat flyer memperingati hari-hari besar	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty
2.	membantu dalam pengambilan foto taking	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty dan Bapak Dofli Wijayanto
3.	membantu dalam pengambilan video taking	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty dan Bapak Dofli Wijayanto
4.	mengedit video untuk diupload di social media perusahaan	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty dan Bapak Dofli Wijayanto
5.	menginput PR setiap bulan ke sheets	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty
6.	merekap data PR	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty

7.	memasukan data PR ke PPT	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty
8.	melakukan program CSR	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty
9.	Membuat storyboard dalam membuat konten	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty dan Bapak Dofli Wijayanto
10.	Membuat review website di Excel	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty
11.	Membuat desain promo ,voucher ,dan IPTV	<i>Marketing Communication</i>	Ibu Ophelia Firsty dan Bapak Dofli Wijayanto

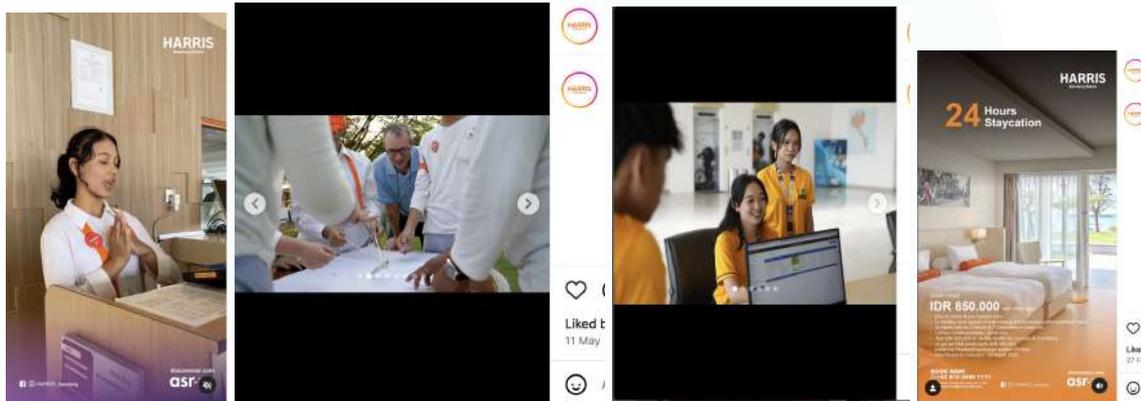
Tabel 3.1 Tugas Utama penulis

Selain pekerjaan utama diatas, penulis juga mendapatkan tugas tambahan pekerjaan yang diluar jobdesk yaitu mencari referensi desain dinding di waiting area di samping FO (*Front Office*) dari bapak Bart Jan Van Den BRINK sebagai General Manager melalui bu Ophelia Firsty. Penulis juga mendapatkan jobdesk membawa mobil kantor jika supervisor ada event di luar kantor seperti *Sign Language Workshop* yang berada di hotel Oakwood Grand Batam Mall, menjadi narasumber di batam fm, melakukan kegiatan ATPR, dan Jumat berkah.



Gambar 3.2 beberapa hasil dari flyer dibuat oleh penulis  
 sumber : hasil dari penulis

Gambar 3.2 diatas menunjukkan tugas utama yang pertama dikerjakan oleh penulis saat masa magang yaitu mendesain flyer untuk memperingati hari - hari besar yang sudah ditentukan oleh ascott. Setelah desain flyer sudah dikerjakan oleh penulis, hasilnya akan diajukan ke bapak Bart Jan Van Den BRINK untuk di acc.Hasil dari desain flyer yang sudah di acc tersebut akan di post di instagram story Harris Barelang Batam sesuai dengan tanggal hari besar tersebut.



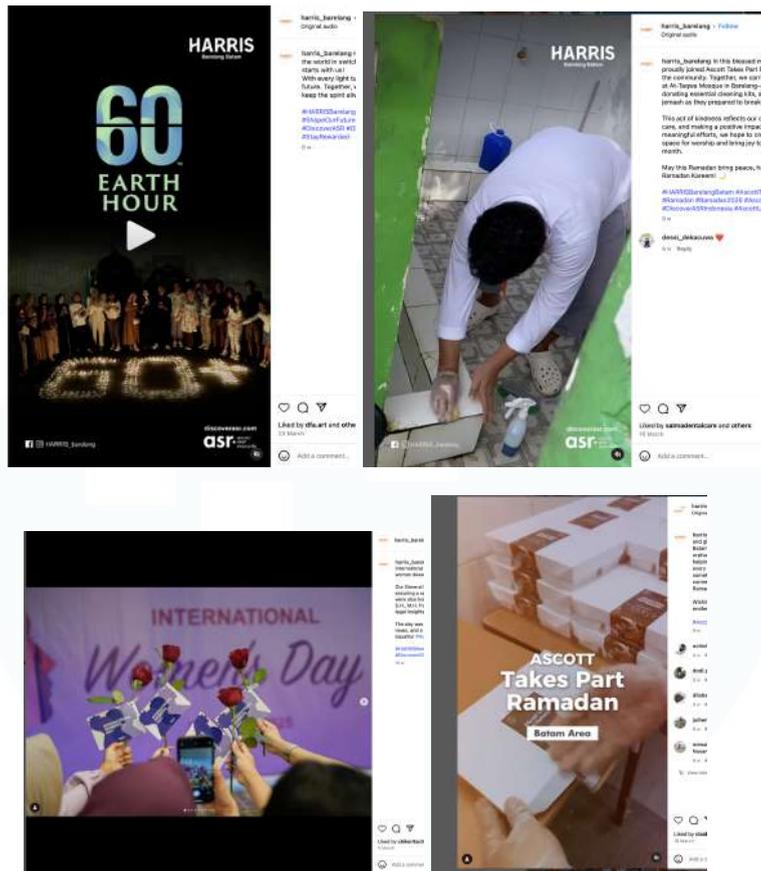
Gambar 3.3 Beberapa hasil photo, video taking, dan editing sumber : dari feeds & reels instagram Harris Barelang Batam

Gambar 3.3 diatas menunjukkan tugas utama kedua penulis yaitu melakukan photo taking, video taking, dan editing dalam konten. Hasil video yang sudah di edit akan di review oleh supervisor dan selanjutnya ke *general manager*. setelah mendapatkan acc dari supervisor dan general manager, akan dipost di feeds dan reels instagram Harris Barelang Batam.



Gambar 3.4 hasil desain voucher, IPTV, dan Promo  
sumber : hasil dari penulis

Gambar 3.4 menunjukkan tugas utama ketiga penulis yaitu membuat desain promo, IPTV, dan voucher. Hasil dari desain voucher, promo, dan IPTV akan di review oleh supervisor dan selanjutnya kepada *general manager*.



Gambar 3.5 Program CSR yang dijalani Perusahaan  
sumber : Feeds dan Reels Instagram Perusahaan

Salah satu program yang dijalankan oleh perusahaan tempat penulis menjalani kerja magang adalah *Corporate Social Responsibility*. CSR atau *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007). Program CSR yang penulis ikut terlibat di dalamnya adalah *International Women's day*, *Ascott Takes Part Ramadhan*, dan *Earth Hour*. *Corporate Social Responsibility* atau CSR wajib dijalankan oleh setiap perusahaan terlebih di Indonesia karena memiliki hukum tertulis yang terdapat pada Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 dijelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dimana biaya yang diperlukan untuk itu dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan serta pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban, Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2012

tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas yang berisi setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 2). Pasal 3 (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang. (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan.

Jika Perusahaan tidak menjalankan program CSR, akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan diatur dengan peraturan pemerintah. Tidak hanya sanksi dari pemerintah, konsekuensi dari non hukum juga dapat berdampak negatif bagi perusahaan yang tidak melakukan program CSR yaitu, hilangnya reputasi konsumen karena pelanggan lebih cenderung memilih perusahaan yang terlibat aksi sosial dan juga peduli dengan sekitar perusahaan, susah mendapatkan izin usaha atau dukungan pemerintah, kesulitan menarik investor karena biasanya investor mencari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap ESG (*Environment, Social, and Governance*), dan yang terakhir adalah kerusakan reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan merupakan total penilaian dari atribut-atribut *stakeholder* pada perusahaan, berdasarkan pada persepsi - persepsi mereka dan interpretasi - interpretasi pada *image/citra* perusahaan yang dikomunikasikan secara terus - menerus (Dalton dan Croft, 2003). Perusahaan yang tidak menjalankan program *Corporate Social Responsibility* akan tidak lebih disorot oleh pelanggan dikarenakan pelanggan biasanya lebih memilih citra perusahaan yang baik. Membangun citra perusahaan yang baik salah satunya menjalankan program CSR. Dengan memiliki reputasi perusahaan yang baik, perusahaan mendapatkan citra perusahaan yang baik. Dengan memiliki reputasi dan citra yang baik dapat meningkatkan *brand awareness* kepada pelanggan maupun investor.

*Brand Awareness* merupakan istilah pemasaran yang menggambarkan tingkat pengakuan konsumen terhadap suatu produk dengan suatu nama atau merek (Rifyal Dahlawy Chalil, 2021). Adanya interaksi sosial dalam program *Corporate Social Responsibility* atau CSR, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran terhadap mereknya. Ketika pelaksanaan CSR dinilai positif oleh masyarakat, hal ini akan membentuk citra perusahaan yang baik, yang pada akhirnya turut memperkuat kesadaran masyarakat terhadap merek perusahaan.

Penulis terlibat langsung dalam program CSR di Harris Bareleng Batam. Penulis ditugaskan oleh supervisor untuk pengambilan foto saat program CSR berlangsung. Penulis

mengikuti 3 program CSR dari Harris Resort Barelang yaitu, *international women's day*, *Earth day*, & *AscottTakesPartRamadhan (ATPR)*. Saat *international women's day*, penulis ditugaskan untuk membuat desain flyer, cuecard, dan banner/spanduk untuk acara seminar memperingati hari *women's day*. Saat acara *Earth Day*, penulis membuat storyboard untuk konten memperingati hari *earth day*. Saat ATPR atau *AscottTakesPart Ramadhan*, penulis mengambil foto saat acara berlangsung yang dibagi 2 hari. Hari 1 penulis mengambil foto bersih-bersih masjid di dekat Harris Barelang Batam. Hari kedua, penulis mengambil foto untuk berbagi makanan yang akan dibagikan oleh seluruh hotel atau properti di bawah naungan Ascott yang ada di Batam di suatu yang sudah ditentukan. Semua yang dilakukan oleh penulis, akan di upload ke social media Harris Barelang Batam. Ini meningkatkan reputasi yang baik untuk Harris Barelang Batam. Dengan meningkatnya reputasi yang baik terhadap resort, *brand awareness* resort pun akan meningkat.

Program CSR sangat memiliki hubungan yang erat dengan divisi marketing communication. CSR membantu membangun nilai merek, meningkatkan loyalitas pelanggan, membangun citra atau reputasi yang positif dengan bantuan marketing communication dengan cara menggunakan social media mengkomunikasikan program CSR tersebut ke publik.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Dalam Menjalani masa kerja magang di Harris Barelang Batam sebagai *marketing communication intern*, penulis mengalami beberapa kendala yang berdampak pada efektivitas serta kelancaran dalam menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan. Tantangan tersebut berasal dari faktor internal maupun eksternal, dan menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran serta adaptasi di lingkungan kerja profesional. Berikut ini adalah penjelasan mengenai beberapa kendala yang dihadapi penulis selama masa magang.

#### **1. Miskomunikasi Antar Divisi**

Salah satu kendala yang dihadapi adalah miskomunikasi dalam berkoordinasi antar divisi. Divisi marketing communication sering diminta untuk membuatkan promo, event ataupun yang berhubungan dengan desain - desain dari divisi sendiri maupun divisi lainnya. Sering dari divisi lain, meminta desain yang mendadak dan secara verbal dengan adanya banyak deadline. Divisi marketing communication sudah membuat sheets

untuk di list desain yang mana akan dibuat sesuai urutan tetapi divisi lain hanya memberikan secara verbal dan tidak memasukan list desain yang mereka inginkan di sheets yang sudah disiapkan. Ini membuat divisi marketing communication kesulitan dalam membuat desain yang diinginkan divisi lain dan lupa.

## 2. Keterbatasan Akses Data dan Informasi

Kendala berikutnya yang dialami oleh penulis adalah keterbatasan akses data dan informasi internal terhadap anak *intern* atau magang. Data dan informasi perusahaan hanya bisa di akses oleh staf atau karyawan. Penulis saat ingin menginput PR ke sheets harus menunggu akses dari supervisor ( menggunakan email supervisor untuk akses).

## 3. Beradaptasi dalam lingkungan kerja

Kendala penulis berikutnya sering dihadapi oleh mahasiswa yang pertama kali masuk dalam lingkungan kerja yang baru yaitu beradaptasi. Sangat berbeda dengan kampus, dunia kerja menuntut kedisiplinan, tanggung jawab dan kemampuan komunikasi yang efektif. Penyesuaian terhadap budaya kerja dan ritme aktivitas yang sangat padat.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala yang dialami dalam masa kerja magang, penulis menemukan solusi atas kendala yang dialami selama program kerja magang. Melihat dari kendala yang terjadi, penulis mencoba untuk memberikan solusi yang dapat diberikan. Berikut merupakan solusi yang dapat diberikan penulis.

#### 1. Miskomunikasi Antar Divisi

Dalam mengatasi miskomunikasi antar divisi, penulis selalu mengingatkan divisi lain untuk mengisi sheets yang disediakan oleh divisi *marketing communication* (divisi penulis ditempatkan) jika menginginkan atau *request* desain. Ini membuat *graphic design* dan penulis bisa mengerjakan sesuai antrian yang di request dan tidak kesulitan atau lupa dalam mengerjakan desain tersebut.

#### 2. Keterbatasan Akses Data dan Informasi

Dalam menghadapi kendala ini, penulis hanya bisa memberi saran kepada perusahaan untuk bisa memberi akses *temporary* kepada anak-anak yang magang di

Harris Barelang Batam untuk membuka data atau informasi perusahaan lebih tepatnya di divisi marketing communication karena salah satu tugasnya adalah menginput data PR.

### 3. Beradaptasi dalam lingkungan kerja

Dalam menghadapi kendala ini, penulis membiasakan diri untuk melakukan pekerjaan yang diberikan dan berusaha mengikuti ritme dan budaya kerja yang ada di Harris Barelang Batam. Dengan ini, penulis dapat beradaptasi dalam lingkungan kerja di Harris Barelang Batam.

