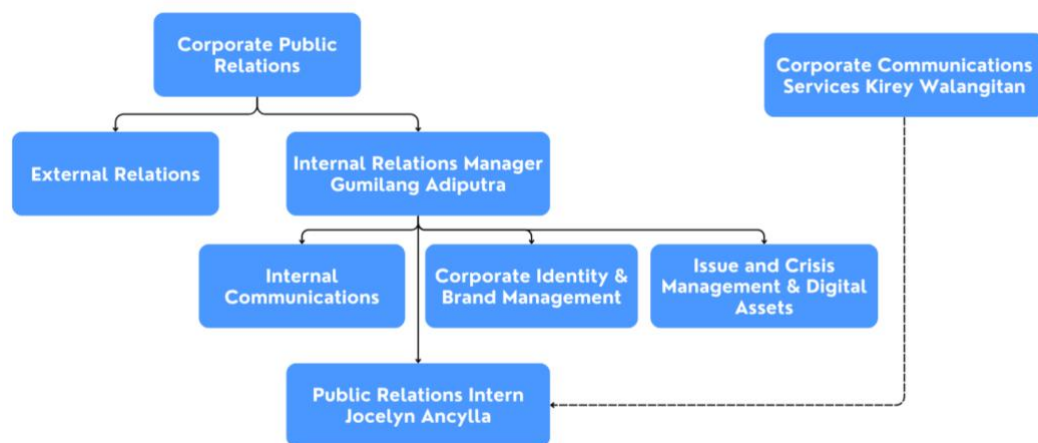


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama penulis menjalani kerja magang, penulis dibimbing oleh Internal Relations Manager, Gumilang Adiputra selaku supervisor penulis serta dibantu oleh Corporate Communications Services Staff, Kirey Walangitan selama proses belajar di lingkungan Divisi Corporate Communications Indofood. Secara umum, penulis diminta untuk membantu seluruh fungsi PR agar penulis dapat mempelajari keseluruhan fungsi PR di Indofood, termasuk mengerjakan kebutuhan publikasi dan acara internal Indofood, *news monitoring*, menerjemahkan *press release*, pembuatan *brief* untuk *design* kebutuhan acara, dokumentasi dan *support* acara, serta pembuatan proposal dan *database* terkait program komunikasi yang dilakukan oleh PR Indofood. Berikut bagan kedudukan penulis :



*Gambar 3.1 Struktur Corporate Public Relations
PT Indofood Sukses Makmur Tbk*

3.2 Tugas yang dilakukan

Selama melaksanakan kerja magang yang berdurasi kurang lebih 80 hari, penulis telah memperoleh berbagai pengalaman kerja dan pengetahuan

mengenai kondisi di lapangan sebagai *Public Relations* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Dengan bimbingan dari pembimbing lapangan serta seluruh karyawan Divisi Corporate Communications, penulis dilibatkan dalam berbagai kegiatan komunikasi yang ditujukan kepada internal dan eksternal perusahaan. Berikut merupakan linimasa pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama durasi magang berlangsung.

Bulan	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
Februari	- Menerjemahkan <i>Press Release</i> - Menulis artikel internal (Media Indofood) - Membantu program Donor Darah Indofood sebagai registrasi data - Membuat proposal <i>Sponsorship</i> - Dokumentasi seminar internal <i>Food Insight</i> - Menghadiri <i>Press Conference campaign</i> SUN - Riset & survei lokasi Media Gathering
Maret	- Media Indofood (Edisi 1 – 2025) - o Rapat produksi - o Menulis artikel & deskripsi foto - o Kurasi foto - Membantu <i>Event</i> Internal Buka Puasa Bersama Karyawan Grup Indofood sebagai <i>usher</i> dan dokumentasi. - <i>Media Gathering</i> - o Membuat form RSVP tamu media - o Mengelola data <i>media profile</i> - o Menyusun konsep aktivitas <i>Media Gathering</i> - o Koordinasi rangkaian acara - Membuat <i>caption</i> Instagram - o Wafat Yesus Kristus

	○ Hari Paskah ○ Hari Kartini ○ Buka Puasa Bersama Karyawan Grup Indofood
April	- Revisi dan finalisasi Media Indofood - <i>Event</i> internal : Halal Bihalal Grup Indofood ○ Menyusun <i>Script</i> MC ○ Menyusun denah alur silaturahmi - <i>Event</i> CSR Environment : Halal Bihalal IPRO ○ Dokumentasi - <i>Event</i> CSR Nutrition : Seminar Obesitas ○ Dokumentasi ○ Membuat konten <i>reels</i> : <i>event recap</i> - <i>News Monitoring</i> - Membuat <i>caption</i> Instagram : ○ Halal Bihalal Grup Indofood ○ PR Consolidation 2025 - Pelatihan PR Grup Indofood (PR Consolidation) ○ Mendata peserta pelatihan ○ <i>Operational Support</i>
Mei	- Membantu program Donor Darah Indofood sebagai registrasi data - Membuat <i>brief</i> plakat narasumber Waisak - Pelatihan PR Grup Indofood (PR Consolidation) ○ Membuat laporan evaluasi acara - Media Indofood (Edisi 2 – 2025) ○ Menulis artikel & deskripsi foto ○ Kurasi foto - <i>News Monitoring</i>

Tabel 3.1 Linimasa Aktivitas Magang

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

3.2.1 Aktivitas Kerja Magang

Selama kerja magang yang penulis jalani di PT Indofood Sukses Makmur Tbk, penulis banyak mengerjakan pekerjaan yang berkaitan dengan Internal Communications dan Media Relations perusahaan. Berikut jenis-jenis pekerjaan yang penulis lakukan :

	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Output
1.	Membuat materi majalah internal (Media Indofood)	Gumilang Adiputra	Penulis membuat artikel, kurasi foto, dan menulis <i>caption</i> foto untuk mengisi Media Indofood.
2.	<i>News Monitoring</i>	Kirey Walangitan dan Verina Pranoto	Penulis menyortir data <i>news monitoring</i> yang telah disusun <i>agency</i> .
3.	Menerjemahkan <i>Press Release</i>	Verina Pranoto	Penulis menerjemahkan <i>press release</i> ke Bahasa Inggris.
4.	Menghadiri <i>Press Conference</i>	Kirey Walangitan	Penulis menghadiri <i>press conference</i> peresmian <i>campaign</i> SUN.
5.	Mengelola data <i>Media Gathering</i>	Verina Pranoto dan Gumilang Adiputra	Penulis mendata profil media yang telah diisi tamu media dalam form kehadiran Media Gathering.
6.	Menghubungi dan memilih lokasi <i>Media Gathering</i>	Verina Pranoto	Penulis mengumpulkan informasi mengenai

			kebutuhan lokasi <i>Media Gathering</i> , negosiasi, dan melakukan survei.
7.	Menyusun rangkaian acara <i>Media Gathering</i>	Verina Pranoto dan Lucy Nurtriani	Penulis membuat 2 konsep <i>mini games</i> dan 1 paket pertanyaan kuis tebak gambar.
8.	Koordinasi teknis acara bersama MC <i>Media Gathering</i>	Gumilang Adiputra	Penulis membantu MC dalam pelaksanaan <i>games</i> dan mengoperasikan pertanyaan kuis.
9.	Meninjau ulang laporan tayang dari media	Lucy Nurtriani	Penulis melakukan pengecekan hasil bukti tayang dari paket media yang diberikan oleh CNBC.
10.	Mengelola data peserta PR Consolidation 2025	Gumilang Adiputra	Penulis mendata peserta yang mendaftar dan akan hadir dalam PR Consolidation 2025 dan mengelompokkan data peserta berdasarkan divisi dan cabangnya.
11.	Membantu operasional acara PR Consolidation	Gumilang Adiputra	Penulis membantu mengoperasikan materi pelatihan.
12.	Membuat <i>brief</i> plakat untuk pematari	Alwin Hernawan Buhron dan	Penulis membuat <i>brief design</i> plakat berdasarkan arahan dari Corporate Identity & Brand

		Ilona Dewi Wahyuno	Management Staff untuk pemateri PR Consolidation dan Waisak Grup Indofood 2025.
13.	Menyusun laporan evaluasi PR Consolidation	Gumilang Adiputra dan Novi Arlaida	Penulis merangkum dan menyajikan data hasil evaluasi peserta PR Consolidation 2025, kemudian mengolah data tersebut menjadi laporan evaluasi.
14.	Dokumentasi acara internal	Kirey Walangitan	Penulis membantu mendokumentasikan acara-acara internal perusahaan : Seminar Food Insight Seminar CSR Nutrition Halal Bihalal IPRO
15.	<i>E-mail blast</i>	Kirey Walangitan	Penulis mengirimkan <i>email blast</i> mengenai <i>Daily News Summary</i> kepada jajaran direksi dan seluruh karyawan Grup Indofood.
16.	Menulis <i>caption</i> Instagram : Konten corporate communications	Ilona Dewi Wahyuno	Penulis membuat caption Instagram untuk konten berikut : Hari Wafat Yesus Kristus Hari Paskah Hari Kartini

			Buka Puasa Bersama Karyawan Grup Indofood Halal Bihalal Grup Indofood
17.	Membuat <i>reels event recap</i> seminar CSR Nutrition	Jessica Lukman dan Ilona Dewi Wahyuno	Penulis membuat konten <i>event recap</i> berdurasi 1 menit untuk seminar CSR Nutrition dan diunggah di Instagram @rumahindofood.

Tabel 3.2 Aktivitas Kerja Magang

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

1. Internal Communications

- Pembuatan materi majalah internal

Berdasarkan Marina Gerardi dalam buku *Strategic Employee Communications* (2019), majalah internal dapat memberikan pengakuan atas kinerja karyawan, membantu memperkuat budaya perusahaan, dan menginformasikan topik strategis dengan lebih rinci.

Salah satu sarana komunikasi antar karyawan milik Indofood adalah majalah digital yang bernama Media Indofood. Majalah ini diunggah di portal internal yang dapat diakses oleh seluruh karyawan Indofood, yakni ceritaindofood.com. Portal ini tidak hanya berisi majalah internal tetapi juga publikasi-publikasi lainnya seperti artikel serba-serbi, liputan tentang Indofood dari media, hingga informasi-informasi internal lainnya.



Gambar 3.2 Media Indofood
Sumber : Dokumen Perusahaan

Isi dari Media Indofood terbagi menjadi liputan khusus dan kilas penghargaan. Liputan khusus berisi berbagai kegiatan yang dilakukan oleh divisi atau unit bisnis Indofood, termasuk peluncuran produk baru, *brand activation*, kunjungan pabrik, hingga kegiatan internal dan eksternal perusahaan. Kilas penghargaan meliputi berita-berita mengenai penghargaan yang diterima oleh Indofood secara keseluruhan ataupun penghargaan yang diberikan secara spesifik kepada divisi atau *brand* tertentu.

Ketika menulis sebuah artikel, penulis memulai dengan mengumpulkan informasi dengan format 5W 1H, kemudian membuat skema dan alur topik yang ingin dielaborasi dalam artikel. Paragraf pertama artikel umumnya memuat seluruh informasi penting mengenai topik tulisan sehingga pembaca dapat menangkap keseluruhan informasi secara umum dalam satu paragraf. Kemudian pada paragraf selanjutnya, penulis menjabarkan detail-detail informasi yang relevan dengan topik yang diangkat.

Dalam pembuatan Media Indofood, perusahaan juga dibantu oleh *Agency* dalam proses produksinya. Berdasarkan pengalaman penulis, produksi Media Indofood berjalan dengan alur sebagai berikut :

- a. Divisi/Unit mengirimkan materi artikel beserta foto kegiatan kepada Internal Communications.
- b. Internal Communications Indofood menulis dan mengumpulkan materi tulisan (artikel) dan materi visual (foto atau iklan) yang telah di-*submit* oleh divisi/unit. Pada tahap ini, Internal Communications meninjau materi yang telah dikirimkan untuk memastikan gaya bahasa dan isi konten yang sesuai dengan Media Indofood.
- c. Internal Communications mengirimkan seluruh materi kepada *Agency*.
- d. *Agency* bertanggung jawab atas *design*, *layout*, dan *rewriting* majalah.
- e. *Agency* mengirimkan kembali hasil majalah yang telah diproduksi.
- f. Internal Communications meninjau ulang hasil majalah yang telah dibuat dan memberikan revisi jika diperlukan.
- g. Hasil majalah yang sudah final kemudian diunggah di portal ceritaindofood.com dan diumumkan kepada seluruh karyawan melalui *email blast*.

Selama durasi magang penulis di Indofood, penulis berkesempatan untuk berkontribusi dalam pembuatan Media Indofood edisi 1 Tahun 2025 dan edisi 2 Tahun 2025. Pada proses pembuatan Media Indofood edisi 1 Tahun 2025, Penulis berkesempatan untuk membuat artikel Kampanye kolaborasi Pop Mie dan Chitato dengan serial Netflix

bertajuk *Squid Game*, Seminar internal Food Insight mengenai peluang CSV Indofood dalam program MBG, Kunjungan Kepala BPJPH ke pabrik Noodle Cibitung, Konferensi Pers peresmian kampanye Gerakan Lahap Makan SUN, Partisipasi Indofood dalam Gerakan Hari Bersih Indonesia, Peluncuran Indomilk Kental Manis rasa Durian Musang King, Peluncuran Chitato rasa Rose Tteokbokki, Penghargaan Investing on Climate, dan Penghargaan Apresiasi Indeks Bisnis Lestari.

Sedangkan pada Media Indofood edisi 2 Tahun 2025, penulis berkontribusi dalam penulisan artikel Halal Bihalal Bersama IPRO, *Media Gathering*, PR Consolidation 2025, Buka Puasa Bersama dan Halal Bihalal Grup Indofood, Perayaan Waisak Grup Indofood, dan penghargaan Kantar Brand Footprint. Selain menulis artikel, penulis juga melakukan kurasi foto yang berkaitan dengan konten artikel beserta penulisan deskripsi foto.

Sebagai Public Relations yang menjalani fungsi *internal communications* diperlukan kemampuan menulis yang memumpuni untuk menyampaikan pesan perusahaan dan menceritakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam perkuliahan, mata kuliah yang relevan untuk menjadi bekal dalam menjalani aktivitas ini adalah *Internal Communications & Corporate Culture* dan *Writing for PR*. Kedua mata kuliah ini dapat membantu mahasiswa untuk memahami dasar kerja fungsi *internal communications* dan penulisan pesan yang sesuai dengan prinsip *public relations*.

- Acara internal perusahaan

Salah satu cara perusahaan untuk berinteraksi dan menjaga hubungan baik dengan karyawannya adalah dengan

mengadakan kegiatan-kegiatan internal bagi para karyawan. Pada periode magang ini, penulis berkesempatan untuk berpartisipasi dalam beberapa acara internal, seperti :

a. Seminar Food Insight

Seminar ini diadakan secara rutin setiap tahun oleh Internal Communications dengan mengundang narasumber yang memberikan materi seputar tren pangan yang relevan dengan perkembangan bisnis Indofood.



Gambar 3.3 Food Insight

Sumber : Dokumentasi Penulis

Dalam periode magang penulis, Food Insight diselenggarakan pada minggu pertama magang penulis, sehingga penulis berkesempatan untuk menghadiri dan mendokumentasikan acara. Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk membuat artikel yang akan dimasukkan ke dalam majalah internal Media Indofood mengenai materi seminar yakni peluang *Created Share Value* Indofood dalam program Makan Bergizi Gratis (MBG). Seminar ini menjelaskan mengenai peluang Indofood untuk dapat berpartisipasi dalam program MBG sebagai mitra dengan model kerja sama dengan pihak ketiga untuk membangun Satuan Pelayanan

Makanan Bergizi (SP-MB) yang mana lahan pembangunan SP-MB adalah aset pihak ketiga dan bangunan SP-MB akan menjadi hak milik pihak ketiga. Sementara pengelolaan SP-MB akan menjadi tanggung jawab Badan Gizi Nasional (BGN). Seminar ini menjadi wadah diskusi bagi karyawan dengan ahli untuk mempertimbangkan peluang kontribusi perusahaan dalam program pemerintah.

b. PR Consolidation 2025

PR Consolidation merupakan wadah pelatihan yang ditujukan kepada karyawan dengan fungsi PR dari masing-masing divisi di berbagai cabang perusahaan Indofood. Pelatihan ini dilaksanakan untuk memastikan keseragaman pesan dan gaya komunikasi agar selaras dengan nilai dan standar perusahaan. Tahun ini PR Consolidation diadakan selama 2 hari dan dibantu oleh praktisi PR dari Prodigy – PR Consultant sebagai pemateri dan menghadirkan narasumber dari media Tempo dan Kumparan. Secara garis besar, materi yang diangkat dalam pelatihan kali ini meliputi peningkatan citra perusahaan melalui konten personal karyawan, *media relations*, dan *issue and crisis communication*.

Sebelum melaksanakan PR Consolidation, terdapat beberapa persiapan yang perlu dilakukan, yakni :

- Menyusun rencana kegiatan dan menentukan kuota peserta dari seluruh unit/divisi di berbagai kantor cabang Indofood.
- Mengundang seluruh pelaku fungsi PR unit/divisi di berbagai kantor cabang sekaligus mengirimkan

google form pendataan peserta PR Consolidation 2025 yang akan hadir.

- Melakukan koordinasi dengan konsultan terkait rangkaian acara, narasumber, dan materi yang akan dibawakan.
- Merekap data peserta yang hadir dan memberikan beberapa informasi mengenai dari buku manual penanggulangan isu dan krisis milik perusahaan yang telah dipilah dan latar belakang pengetahuan peserta mengenai PR kepada Agency.

Pada pelaksanaannya, peserta PR Consolidation menerima materi kehumasan dengan detail sebagai berikut :

- Pada hari dan sesi pertama diisi oleh praktisi *PR Consultant* dengan pembahasan mengenai situasi PR di era digital 4.0 yang mencakup pergeseran tren dan peran *public relations*. Objektif dari materi ini adalah untuk memberikan pemahaman dasar tentang bagaimana transformasi digital mengubah peran PR menjadi fungsi strategis sehingga PR didorong untuk menyajikan informasi sekaligus mengedukasi dan menggiring publik untuk mengembangkan pemikiran kritis mereka agar public dapat mengungkapkan pendapat yang objektif, terutama ketika berhadapan dengan situasi perusahaan yang berpotensi menjadi krisis. Melalui perkembangan media saat ini, PR dapat memaksimalkan media sosial dan media konvensional untuk menyalurkan informasi yang cepat dan mudah dicari melalui sosial

media dan informasi yang kredibel, mendalam, dan terstruktur melalui media konvensional.

- Sesi kedua diisi oleh Wakil Pemimpin Redaksi (Wapemred) Tempo yang membahas bagaimana media bekerja. Melalui materi ini, para pelaku PR di Indofood dapat memahami cara terbaik untuk berinteraksi dengan media, mulai dari susunan dan alur kerja media, kode etik jurnalistik, hingga definisi nilai berita. Pemahaman PR terhadap media dapat mendorong PR untuk menyalurkan informasi dengan nilai berita yang sesuai dengan standard media yang dirangkum menjadi penting, menarik, dan relevan.
- Sesi ketiga diisi oleh praktisi *PR Consultant* yang membahas bagaimana memaksimalkan hal positif melalui konten personal. Materi ini ditujukan untuk mendorong para pelaku PR di Indofood untuk membagikan pengalaman positif karyawan melalui konten personal di sosial media. Melalui konten ini, karyawan berperan sebagai *brand ambassador* perusahaan, selain itu konten yang didasari oleh pengalaman pribadi akan menjadi konten yang fleksibel, organik, dan dapat dipercaya oleh orang-orang di lingkungan dekat masing-masing karyawan.
- Pada hari kedua, sesi keempat diisi oleh Chief of KumparanWoman yang juga menjelaskan mengenai perkembangan media di era digital dan *multichannel journalism*. Melalui sesi ini, pelaku PR Indofood dapat lebih memahami kinerja media di platform digital sehingga dapat mempersiapkan konten yang lebih menonjol diantara rilis pers lainnya sehingga

pers rilis Indofood dapat dilirik dan di-*cover* oleh media.

- Sesi terakhir diisi oleh praktisi *PR Consultant* yang membawakan materi mengenai *issue & crisis management*. Pada sesi ini peserta diminta untuk mengidentifikasi kasus isu dan krisis komunikasi. Selain itu, para peserta diberikan pembekalan mengenai cara Menyusun pesan utama dalam menghadapi krisis dengan memperhatikan tiga langkah utama yaitu, menunjukkan perhatian, menjelaskan aksi yang tengah dilakukan, dan memberikan perspektif perusahaan melalui rumus *Answer + Bridge + Communicate (A+B+C)*.



Gambar 3.4 PR Consolidation 2025

Sumber : Dokumentasi Perusahaan



Gambar 3.5 PR Consolidation 2025

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Penulis berkesempatan untuk turut berkontribusi dalam pendataan peserta PR Consolidation melalui *google form* yang mencakup data peserta, latar belakang PR peserta, jenis pelatihan yang pernah diikuti, dan kegiatan PR yang dikerjakan, serta bertanggung jawab atas plakat yang akan diberikan kepada para narasumber. Dalam proses pemesanan plakat, penulis berhubungan langsung dengan *vendor* untuk melakukan negosiasi dan pemesanan, serta membuat *brief design* dan *copywriting* plakat. Setelah acara berakhir, penulis juga diminta untuk menyusun laporan evaluasi berdasarkan kuisisioner dengan pertanyaan seperti gap antara materi pelatihan dengan situasi nyata yang dihadapi, kendala yang dihadapi pelaku PR di unit/divisi/cabang, dan materi yang ingin diperdalam di pelatihan selanjutnya.

Berdasarkan hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa pelatihan telah sukses dalam menjadi wadah diskusi karyawan dengan konsultan PR untuk meningkatkan kualitas komunikasi perusahaan. Pelatihan ini juga menjadi bekal dan solusi bagi karyawan yang belum pernah mendapatkan pengetahuan mengenai kehumasan

sebelumnya sehingga mereka dapat lebih memahami peran dan aktivitas PR di perusahaan.

c. Buka Puasa dan Halal Bihalal Indofood

Secara umum, internal communications Indofood mengadakan acara perayaan hari besar untuk menghormati kepercayaan karyawannya sekaligus memberikan ruang bagi para karyawan untuk merayakan hari besar keagamaannya. Salah satu acara internal yang diadakan ditengah periode magang penulis adalah Buka Puasa Bersama Karyawan yang diadakan pada bulan April dan Halal Bihalal yang diadakan pada bulan Mei.



Gambar 3.5 Buka Puasa Bersama Grup Indofood

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Pada kedua acara tersebut, penulis ditugaskan untuk menjadi *usher* dan membantu dokumentasi di hari H acara. Dalam proses persiapannya, penulis dilibatkan dalam rapat persiapan Buka Puasa Bersama Karyawan yang diadakan bersama panitia dan penulis diminta untuk menyusun *script* MC Halal Bihalal serta membuat denah alur silaturahmi (salam-salaman) karyawan dengan manajemen.



Gambar 3.6 Halal Bihalal Grup Indofood

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

- *E-mail Blast*

E-mail perusahaan berperan sebagai sarana komunikasi utama yang digunakan oleh Indofood dalam penyampaian informasi antar karyawan. Internal communications bertanggung jawab atas pesan-pesan umum perusahaan seperti *Daily News Summary*, informasi peluncuran produk baru, informasi *brand activation* divisi, undangan kegiatan perusahaan, hingga berita duka cita. Penulis berkesempatan untuk membantu mengirimkan *Daily News Summary* dan menyusun informasi berita duka cita melalui *e-mail blast*.

2. Media Relations

Sebagai perusahaan besar yang menaungi berbagai unit bisnis dan *brand*, Indofood menjadi salah satu perusahaan yang banyak disorot oleh media. Oleh karena itu, Public Relations Indofood melalui fungsi Media Relations memantau pemberitaan tentang perusahaan secara rutin dan sangat menjaga hubungan baik dengan media. Berikut merupakan aktivitas Media Relations yang penulis lakukan selama periode magang penulis :

- a. *News Monitoring*

Media Relations Indofood melakukan pemantauan berita mengenai perusahaan dan akan dikirimkan kepada jajaran direksi setiap harinya. Dibantu oleh *Agency* yang mengumpulkan dan menyaring berita-berita perusahaan, Indofood melakukan *tracking* perkembangan tren dan pandangan publik terhadap perusahaan dari 2 sisi yakni *corporate* dan *associate*.

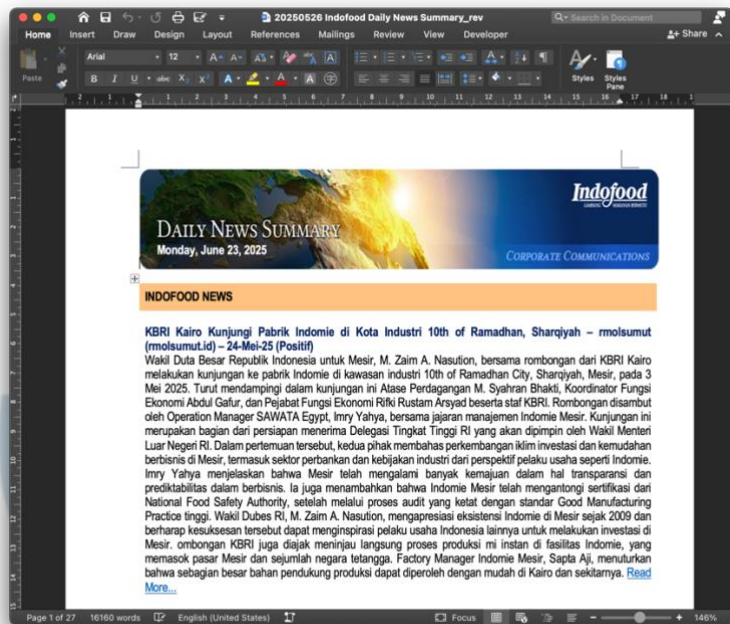
	Date	Category	Title	Media Type	Media Name	Page	PDF Text	Source	Tone	Journalist	Ad Value	News V
1	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Investor Daily Indonesia	1015		https://www.investor.co.id	Neutral	NO		1304
2	2025-03-05 17:10:56	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
3	2025-03-05 17:22:13	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
4	2025-03-05 13:47:35	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
5	2025-03-05 17:20:28	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
6	2025-03-05 23:52:16	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
7	2025-03-05 13:59:31	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
8	2025-03-05 14:28:09	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
9	2025-03-05 17:10:05	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
10	2025-03-05 16:28:45	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
11	2025-03-05 07:13:51	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
12	2025-03-05 14:29:13	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
13	2025-03-05 01:25:27	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
14	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
15	2025-03-05 17:21:45	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
16	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
17	2025-03-05 14:59:14	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
18	2025-03-05 17:05:12	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
19	2025-03-05 17:12:23	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
20	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
21	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
22	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
23	2025-03-05 15:07:58	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
24	2025-03-05 17:15:34	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
25	2025-03-05 13:41:40	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
26	2025-03-05 21:25:28	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
27	2025-03-05 21:41:56	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
28	2025-03-05 22:32:11	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
29	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
30	2025-03-05 19:52:22	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
31	2025-03-05 13:45:40	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
32	2025-03-05 14:28:32	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
33	2025-03-05 14:59:07	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
34	2025-03-05 14:59:20	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
35	2025-03-05 14:59:27	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
36	2025-03-05 15:17:03	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34
37	2025-03-05 00:00:00	01. Corporate	Indofood Nutrition	media online	Kompas.id	1		https://www.kompas.com	Positive	Abn		34

Gambar 3.7 Daily News Monitoring

Sumber : Dokumen Perusahaan

Berita yang termasuk dalam sisi *corporate* meliputi pemberitaan mengenai kegiatan perusahaan secara langsung, seperti aktivitas *brand*, penghargaan yang diterima perusahaan, pergerakan saham perusahaan, dan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan. Berita yang termasuk dalam sisi *associate* meliputi pemberitaan mengenai tren di industri pangan, kebijakan dan program pemerintah yang berkaitan dengan pangan termasuk pemberitaan mengenai sertifikasi

halal, pemberitaan mengenai perusahaan kompetitor, dan berita-berita umum lainnya yang berkaitan dengan bisnis.



Gambar 3.8 Daily News Summary

Sumber : Dokumen Perusahaan

Tugas yang penulis terima dalam proses *news monitoring* adalah meninjau ulang kumpulan berita yang telah dikumpulkan oleh *Agency*, menyortir dan memilih berita yang akan dimasukkan ke dalam *Daily News Summary (DNS)*, mengurutkan hasil DNS berdasarkan prioritas dan *news value*. Berdasarkan keterangan dari media Tempo dan Kumparan melalui PR Consolidations 2025 Grup Indofood, *News Value* secara umum ditentukan melalui kriteria sebagai berikut : Aktual (kebaruan, kehangatan isu), signifikan (dampak isu bagi public), magnitude (skala besarnya masalah), tokoh (ketenaran tokoh), proksimitas (kedekatan isu dengan publik), eksklusif (tidak diliput oleh media lain), pertama kali (berita yang belum pernah ada sebelumnya), tren, humanis, unik, prestisius (narasumber dari

tokoh yang sulit ditemui, penting, atau fenomenal), dramatis, dan sesuai dengan misi media. Seluruh kriteria tersebut kemudian disimpulkan menjadi penting, relevan, dan menarik. Ketika menentukan urutan Daily News Summary di Indofood, penulis diminta untuk memperhatikan sisi kebaruan, signifikan, dan proksimitas berita dan diurutkan berdasarkan kategori yaitu

- i. Aktivitas *brand* (peluncuran produk atau *brand activation*)
- ii. Kegiatan dan pencapaian perusahaan (penghargaan, sponsorship, CSR, donasi, dsb.)
- iii. Saham
- iv. Aktivitas perusahaan kompetitor (inovasi produk, isu, kegiatan perusahaan/*brand*)
- v. Regulasi pemerintah
- vi. Situasi pangan di Indonesia, dan
- vii. Tren bisnis di bidang pangan

Ketika *Daily News Summary* telah rangkum kemudian penulis mengirimkan *e-mail blast* kepada jajaran direksi dan seluruh karyawan.

b. *Media Gathering*

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Indofood untuk menjaga hubungan baik dengan media adalah dengan melaksanakan *media gathering*. Mengambil kesempatan bulan suci Ramadan, Indofood mengadakan acara buka puasa bersama rekan media di salah satu restoran di Jakarta. Pada *media gathering* tahun ini, Indofood mengundang sebanyak 50 rekan media untuk berkumpul dan berbuka puasa bersama. Penulis berkesempatan untuk turut berpartisipasi dalam persiapan hingga pelaksanaan acara.



Gambar 3.9 Media Gathering Indofood

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Dalam rapat perencanaan, penulis diminta untuk mencari *venue* yang cocok dan menyusun opsi *venue* berdasarkan kebutuhan. Penulis kemudian menghubungi restoran yang menjadi opsi dan mengumpulkan informasi yang relevan dengan kebutuhan acara seperti ketersediaan tempat acara, kapasitas, menu makanan yang tersedia, hingga kemudahan akses menuju lokasi. Di saat yang sama, penulis juga diminta untuk membuat formulir digital yang berisi informasi *media profile* sekaligus data kehadiran media yang diundang. Hasil *media profile* yang telah diisi oleh tamu undangan media kemudian dikelola menjadi sebuah *database* media.

Kemudian penulis turut melakukan survei lokasi bersama penanggung jawab acara. Setelah menetapkan lokasi acara, penulis juga diminta untuk mengkonsepkan rangkaian acara. Tahun ini Indofood mengambil tema ngabuburit sehingga keseluruhan acara diisi dengan permainan dan kuis berhadiah dengan suasana santai. Penulis kemudian mengkonsepkan dua

buah permainan sederhana dan menyusun pertanyaan kuis tebak gambar. Pada hari H acara, penulis ditugaskan untuk membantu MC dalam teknis pelaksanaan games dan kuis.

c. *Press Release*

Selama durasi magang, penulis juga diminta untuk menerjemahkan beberapa rilis pers menjadi versi Bahasa Inggris. Rilis pers yang penulis terjemahkan antara lain :

- Game On! Pop Mie and Chitato Celebrates Squid Game Season 2 with Netflix
- Indomie Has Been Awarded The Title of Global Halal Brand 2024
- Indofood Invites F&B Owners to Business and Inspirational Talks in SIAL Interfood 2024

Selain itu, penulis juga sempat diminta untuk membuat *draft* rilis pers untuk *brand activation event* Indomie, Indomilk, dan Chitato yakni K-Fun Fest 2025 yang diadakan di Central Park Mall, Jakarta Barat.

Ketika diminta untuk menyusun *draft press release*, penulis menerima materi berupa detail kegiatan yang diberikan oleh *Corporate Marketing* kepada *Media Relations* sebagai acuan. Penulis kemudian menyusun *draft* dengan struktur paragraf yang memuat 5W + 1H. Kemudian *draft* tersebut diserahkan kembali kepada *Media Relations* untuk diolah menjadi *press release* yang lengkap dengan menambahkan pernyataan dari tokoh terlibat, yaitu Head of Consumer Engagement serta menambahkan detail-detail lainnya sesuai dengan struktur *press release* Indofood. Struktur tersebut terdiri dari judul, *lead*, isi, kutipan, informasi kontak media, *boilerplate* (deskripsi singkat mengenai perusahaan), dan tanda pagar (####) yang menjadi penanda bahwa *press release* sudah selesai.

d. Menghadiri Konferensi Pers

Penulis berkesempatan untuk menghadiri dan mengamati berjalannya konferensi pers SUN dalam rangka peluncuran *campaign* “Lawan Gerakan Tutup Mulut (GTM) dengan Gerakan Lahap Makan (GLM)”. Konferensi pers diadakan secara luring di TB Simatupang, Jakarta pada Februari 2025.



Gambar 3.10 Konferensi Pers SUN

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Peluncuran kampanye ini diselenggarakan oleh divisi Nutrition and Special Foods (NSF) dengan menghadirkan *talkshow* bersama Marketing General Manager NSF, dr. Dimple Nagrani, dan keluarga artis Dude Harlino dan Alyssa Soebandono, serta *live cooking demo* kreasi produk SUN bersama *Chef* Yulita Intan Sari.

3. Issue and Crisis Management & Digital Assets

Sebagai perusahaan besar, Indofood memiliki strategi tertentu untuk menghadapi isu ataupun krisis yang mereka hadapi. Khususnya, isu di dunia digital yang kini bergerak dengan sangat cepat dan cukup rumit untuk dihadapi. CPR Indofood memiliki bagian khusus yang

bertugas untuk meminimalisir sekaligus menangani isu yang beredar mengenai perusahaan. Bagian ini juga bertanggung jawab atas konten korporasi di sosial media yang mengunggah kegiatan CSR perusahaan, kegiatan internal perusahaan, penghargaan bagi perusahaan atau *brand*, dan ucapan hari raya.

Selama durasi magang, penulis diminta untuk membuat *caption* untuk konten korporasi seperti ucapan Hari Wafat Yesus Kristus, Hari Paskah, Hari Kartini, serta *caption* untuk konten acara perusahaan yaitu Buka Puasa Bersama Karyawan dan Halal Bihalal Grup Indofood. Selain membuat *caption*, penulis juga diminta untuk membuat video *recap* seminar dari CSR Nutrition.



Gambar 3.11 Caption Acara Internal dan Ucapan Hari Raya

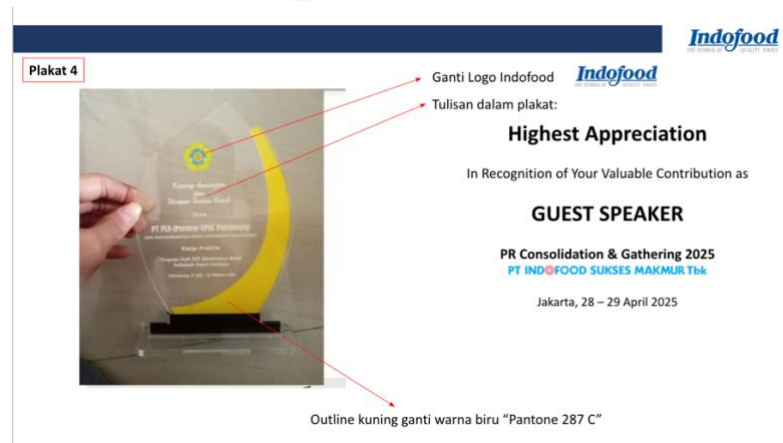
Sumber : Instagram @rumahindofood

Berdasarkan Doug Newsom dan Jin Haynes dalam buku Public Relations Writing (2017), penulisan sosial media memerlukan 3 aspek penting yaitu *Relevant*, *Useful/Entertaining*; *Invisible*; dan *Use Hashtags*. Dalam membuat *caption* sosial media,

penulis menerapkan ketiga aspek tersebut. Informasi dari konten yang diunggah memiliki relevansi terhadap perusahaan dengan caption yang memuat informasi dasar. Penulis juga menggunakan sudut pandang yang transparan dengan menggunakan “Indofood” sebagai pengganti kata ganti orang pertama (saya/kami) agar tidak memunculkan kesalahpahaman dalam penerimaan konteks. Terakhir, penulis menggunakan *hashtag* yang relevan dengan konten dan *hashtag* khas perusahaan.

4. Corporate Identity & Brand Management

Bagian dari departemen CPR yang bertanggung jawab untuk memastikan kesesuaian citra dan identitas perusahaan pada kegiatan-kegiatan promosi adalah bagian Corporate Identity & Brand Management.



Gambar 3.12 Contoh Brief Design Plakat Penerima

Sumber : Dokumen Perusahaan

Seluruh penggunaan asset logo, warna, penulisan, dan aspek lainnya yang berkaitan dengan identitas perusahaan perlu diperhatikan secara saksama. Terutama ketika Indofood berpartisipasi dalam kegiatan eksternal seperti kolaborasi, *sponsorship*, dan kerja sama. Penulis berkesempatan untuk

mempelajari cara membuat *brief* yang tepat dan jelas ketika ingin memesan plakat untuk kegiatan perusahaan. Termasuk mengenai peletakan dan penggunaan logo dan kode warna perusahaan.

3.3 Kendala selama proses Kerja Magang

Selama penulis melakukan kerja magang, penulis dibimbing dan diarahkan dengan sangat baik oleh seluruh karyawan Divisi Corporate Communications, sehingga penulis dapat menelusuri potensi-potensi dalam diri penulis melalui berbagai kesempatan yang diberikan oleh para karyawan terkhususnya Departemen Corporate Public Relations. Namun, dibalik itu penulis tetap menemukan kendala di pengalaman kerja pertama, antara lain :

1. Penulisan artikel

Penulis tidak memiliki banyak pengalaman dalam menulis artikel, sehingga membutuhkan penyesuaian dan usaha lebih ketika mengolah topik dan informasi sehingga menjadi sebuah artikel yang sesuai dengan gaya penyampaian perusahaan. Terutama ketika isi konten yang diminta ditujukan kepada internal perusahaan, sehingga penulis memerlukan waktu untuk mempelajari perbedaan antara gaya komunikasi kepada eksternal dan internal. Tak jarang penulis mengalami *writer's block*, yakni situasi ketika penulis mengalami kebuntuan dalam menulis sesuatu.

2. Mengurutkan berita berdasarkan prioritas dan *news value*

Ketika penulis pertama kali mengerjakan *Daily News Monitoring*, penulis merasa cukup bingung ketika menyortir berita mana saja yang perlu dan layak diinformasikan kepada jajaran direksi. Awalnya penulis beberapa kali memasukan terlalu banyak berita sehingga kewalahan karena terlalu banyak berita dengan topik yang mirip.

3.4 Solusi atas kendala yang ditemukan

Dari kendala yang dihadapi, penulis belajar untuk menyesuaikan diri dengan lebih cepat agar dapat menyelesaikan tugas yang diberikan secara efisien. Penulis kemudian menemukan solusi dari kendala yang dihadapi antara lain :

1. Ketika pertama kali penulis diminta untuk menulis artikel yang ditujukan kepada internal perusahaan, penulis perlu belajar memahami gaya komunikasi dengan membaca majalah internal dari edisi sebelumnya dan berusaha untuk menggunakan gaya bahasa yang mengarah ke *storytelling* dibandingkan gaya bahasa yang bersifat “menjual”. Kemudian ketika penulis mengalami *writer’s block*, penulis belajar untuk beristirahat sejenak dan mencari inspirasi dengan membaca materi-materi yang berkaitan dengan topik artikel atau berdiskusi dengan *supervisor* penulis terkait apa yang ingin penulis tuangkan dalam artikel tersebut. Melalui kedua cara ini, penulis berhasil menemukan ide-ide baru saat menulis topik yang ingin penulis sampaikan dalam sebuah artikel.
2. Melalui latihan dan membaca, penulis berhasil meningkatkan kemampuan penulis dalam memilih dan mengurutkan berita berdasarkan prioritas dan *news value*-nya. Ketika memilih berita, penulis menentukan susunannya berdasarkan topik yang diberitakan, sentimen berita, media yang merilis, dan *PR Value* yang tertera di tabel *news monitoring*. Susunan tersebut kemudian disesuaikan kembali berdasarkan kategori perbagian. Pada bagian *corporate* disusun mulai dari *brand*, kegiatan perusahaan, hingga saham. Sedangkan pada bagian *general news (associate)* disusun dari berita kompetitor, kebijakan (pemerintah dan internasional), hingga perkembangan tren pangan.