

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama proses kerja magang di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta yang berlangsung pada periode 11 Maret - 27 Juni 2025, penulis berkedudukan sebagai *Internal communication Intern*, proses kerja magang berada langsung di dalam *Departemen Human resources*. Departemen HR merupakan salah satu divisi yang sangat penting dalam struktur organisasi hotel, yang bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek yang berkaitan dengan sumber daya manusia yang mencakup rekrutmen, pelatihan, pengembangan karyawan, hingga mengelola komunikasi internal. Penulis, dalam kedudukannya sebagai pemegang di posisi *Internal Communication* memiliki tanggung jawab dalam mendukung dan membantu segala aktivitas yang di jalankan oleh departemen HR.

Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis memiliki peranan aktif dalam membantu membuat materi komunikasi visual seperti flyer, poster, dan berbagai materi promosi lain yang dibutuhkan untuk mendukung segala program internal hotel, baik itu event, pelatihan bahkan pengumuman rutin. Tidak hanya itu, penulis juga terlibat langsung dalam mengelola media sosial internal milik Hotel Indonesia Kempinski Jakarta, seperti akun instagram staff dan Linked.in perusahaan, yang digunakan sebagai media atau sarana komunikasi yang strategis untuk menyampaikan informasi kepada seluruh karyawan maupun umum.

Selama proses kerja magang, penulis juga mendapatkan kesempatan dan pengalaman untuk mengikuti beberapa sesi *brainstorming* dengan tim dari Departemen *Marketing Communication*, guna mempelajari dan memahami standar visual perusahaan dalam membuat konten komunikasi visual dan desain grafis, serta tools desain yang digunakan, yaitu Canva Pro dan Adobe Photoshop. Sesi *brainstorming* dengan Departemen *Marketing Communication* sangat memberikan manfaat dalam memperluas pemahaman dan pengetahuan

penulis mengenai keterampilan desain dan pengemasan informasi agar sesuai dengan standar brand hotel.

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan langsung oleh Bapak Tato Heryanto dan Bapak Ahmad Fauzi, selaku Supervisor *Internal Communication Training*. Mereka berperan sebagai pembimbing utama yang bertugas memberikan pengarahan terkait pelaksanaan tugas harian, penyesuaian standar perusahaan, serta evaluasi hasil pekerjaan harian. Koordinasi pemberian tugas dilakukan secara langsung di kantor melalui *morning briefing* dan komunikasi informal di dalam departemen.

Sebagai pemagang di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta, penulis diharapkan tidak hanya menjadi pelaksana tugas, tetapi juga sebagai bagian dari tim yang berkontribusi dalam mendukung kelancaran komunikasi internal perusahaan.

3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang

Tugas dari *internal communication Intern* dalam *Departemen Human resources* adalah memberikan fasilitas komunikasi atau menghubungkan komunikasi efektif antarkaryawan secara internal untuk menjaga keselarasan dan juga keterlibatan karyawan di berbagai kegiatan atau *event Department Human resources*. Posisi ini juga guna memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh *Departemen Human resources* dapat diterima dan dikelola dengan baik, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan pemahaman dan juga produktivitas karyawan.

Sebagai seorang *internal communication* di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta, selama menjalani program magang selama kurang lebih 640 jam, terdapat sejumlah pekerjaan dan tanggung jawab yang harus dikerjakan dan diselesaikan dengan baik. Pekerjaan ini mencakup beberapa tahapan, yaitu perencanaan, persiapan, pelaksanaan hingga evaluasi. Selama menjadi *Internal communication Intern*, terdapat dua tugas besar utama pekerjaan yang saya lakukan.

Pertama, melakukan pengelolaan informasi internal karyawan, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, meningkatkan sarana komunikasi

internal dalam perusahaan dan meningkatkan produktivitas karyawan. Kedua, melakukan produksi konten yang kemudian akan di unggah melalui sosial media Perusahaan.

3.2.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Internal Communication* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

NO	Tugas	Uraian
1.	<i>Internal communication & Corporate culture</i>	a. Menyebarkan informasi internal dengan turut menekankan Kempinski DNA b. <i>Support Human Resources Activity</i> c. <i>Event Management</i>
2.	<i>Social media Management & Content Creation</i>	a. Dokumentasi <i>Internal Event</i> b. <i>Content Creation</i> c. Mengelola sosial media internal (Instagram Staff) dan mengelola sosial media Eksternal (Linked.in Perusahaan) d. <i>Copywriting</i> e. <i>Design Graphic</i>

Saat proses kerja magang berlangsung selama kurang lebih 640 jam. Penulis melakukan berbagai jenis pekerjaan yang di mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan berbagai pihak.

3.2.2 Teori/Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang

1. *Internal Communication & Corporate Culture*

Komunikasi internal adalah suatu proses pertukaran informasi yang terjadi didalam suatu organisasi, antara anggota organisasi itu sendiri, baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal (Laksana & Fajarwati, 2021). Tujuan utama dari komunikasi internal adalah untuk memastikan bahwa setiap anggota di dalam sebuah organisasi memiliki pemahaman yang jelas dan serempak mengenai visi, misi dan tujuan dari sebuah organisasi, serta tahu apa yang diharapkan

dari diri mereka dalam menjalankan tugas dan kewajiban mereka (Laksana & Fajarwati, 2021)

Corporate culture sendiri memiliki pengertian norma, nilai-nilai, kepercayaan dan juga praktik yang dilaksanakan oleh seluruh anggota di suatu organisasi, karena hal ini dapat membentuk cara atau pola berpikir, bertindak, hingga bersosialisasi di tempat kerja (Schein, 2010). Budaya perusahaan tidak hanya mencerminkan identitas sebuah organisasi, tetapi memiliki peran penting dalam mencapai keberhasilan secara jangka panjang bagi sebuah perusahaan. Budaya perusahaan yang positif dapat meningkatkan kinerja karyawan atau *stakeholder* yang ada di perusahaan dan dapat meningkatkan perilaku atau nilai-nilai yang baik di dalam diri karyawan hingga mampu membuat perusahaan tersebut tetap unggul di dalam dunia bisnis.

Peran *internal communication* di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta sangat penting dalam penyebaran informasi yang efektif antar internal perusahaan. *Internal communication* berperan dalam menyampaikan pesan manajemen maupun kebijakan baik secara verbal melalui *training*, maupun melalui *platform* digital seperti email, *website*, *WhatsApp grup*, *buletin*, serta melalui platform konvensional seperti *LED TV* atau poster pada dinding perusahaan. Selain itu juga berperan dalam mendukung dan meninjau jalannya *training* untuk karyawan. Berikut adalah uraian pekerjaan dalam Internal Communication & Corporate Culture.

A. Menyebarakan Informasi Internal

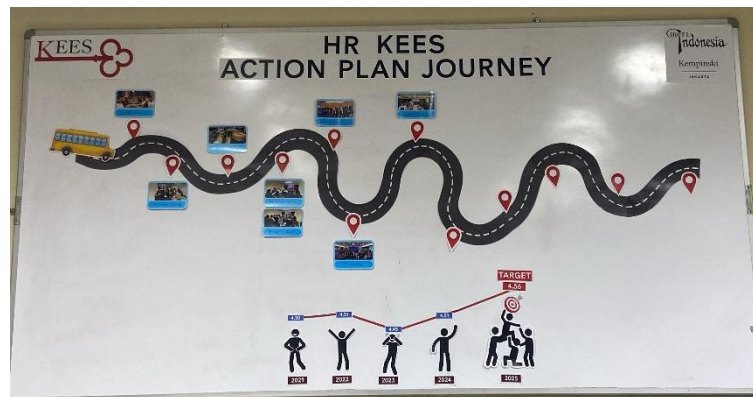
Penyebaran informasi internal bertujuan untuk memastikan seluruh karyawan menerima informasi penting terkait kegiatan Perusahaan, pencapaian, target serta budaya kerja. Informasi ini dapat disampaikan melalui berbagai media dan juga aktivitas.



Gambar 3.1 Penyampaian Informasi Pada Training Karyawan Sumber:
Dokumentasi Pribadi Penulis

Training karyawan adalah salah satu sarana pembelajaran aktif untuk para karyawan. Salah satu contohnya adalah pada gambar di atas, yaitu "*Fire Extinguisher Training*" Dimana dalam training tersebut berisi tata cara bagaimana cara menangani situasi darurat akibat kebakaran. Para karyawan akan diajarkan secara rinci bagaimana cara menggunakan alat pemadam api yang tersedia di hotel. Tidak hanya materi, tetapi karyawan juga diwajibkan untuk mencoba untuk memadamkan api sungguhan. Dalam *training* ini departemen yang rentan terjadi kebakaran seperti kitchen, diwajibkan untuk mengikuti *fire extinguisher training* secara bergantian. Pada berbagai *training* untuk karyawan, penulis bertugas untuk mengarahkan peserta dan juga memantau jalannya training agar berjalan efektif tanpa kendala.

Selain melalui training, berbagai informasi internal juga bisa disampaikan melalui papan informasi visual atau yang lebih dikenal dengan mading. Media ini merupakan salah satu media komunikasi pasif yang cukup efektif. Dalam hal ini penulis juga menyebarkan informasi melalui papan mading sebagai berikut.



Gambar 3.2 Penyampaian Informasi Internal melalui Mading

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Pada hal ini, penulis bertanggung jawab dalam merancang atau membuat mading pencapaian KEES (*Kempinski Employees Engagement Survey*) Departemen HR yang berjudul *HR KEES Action Plan Journey* sebagai media untuk penyebaran informasi internal dengan turun menekankan budaya Perusahaan yaitu Kempinski DNA dalam mencapai target engagement. Mading tersebut dibuat oleh penulis dengan ketentuan menampilkan hasil KEES tahun 2025 dalam bentuk grafis, menampilkan target untuk tahun mendatang dan melakukan pembaruan atau *update* setiap bulan.

Selain itu, *internal communication* juga memiliki peran penting dalam menjaga dan memperkuat *corporate culture* dengan tetap menyuarakan dan menanamkan nilai-nilai sebuah perusahaan melalui seluruh agenda yang ada di internal perusahaan. Melalui komunikasi yang baik dan efektif maka perusahaan dapat menjaga hubungan organisasi, mencapai tujuan strategis dan meningkatkan produktivitas karyawan.

B. Support HR Activity

Support HR Activity adalah aktivitas pendukung yang dilakukan oleh penulis dalam membantu kelancaran seluruh rangkaian program atau kegiatan dari departemen HR. Berikut

adalah beberapa kegiatan di Departemen HR.

1) Cleaning Day

Dalam rangka memperingati *World Environment Day* Hotel Indonesia Kempinski Jakarta mengadakan *Cleaning Day* yang merupakan aktivitas Bersama untuk membersihkan area pedestrian hotel.



Gambar 3.3 Dokumentasi Cleaning Day Karyawan

Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

Dalam aktivitas ini penulis bertugas untuk membuat flyer yang akan dibagikan melalui *Whatsapp Group* karyawan, membantu distribusi perlengkapan kebersihan seperti kantong sampan, dan juga sarung tangan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab mendokumentasikan kegiatan dalam bentuk foto dan video untuk publikasi internal.

2) Chocolate Day

Dalam memperingati *Chocolate Day*, departemen HR membagikan coklat sebagai simbol apresiasi untuk

karyawan.



Gambar 3.4 Dokumentasi Chocolate Day

Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

Dalam kegiatan ini penulis bertugas untuk membuat desain cover coklat, membantu menyiapkan paket coklat, membantu distribusi coklat kepada karyawan di area outlet (OKU, Nirwana, Signatures, Paulaner dan Kempideli), selain itu penulis juga membantu mengambil dokumentasi kegiatan.

C. Event Management

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). Selama proses magang di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta, penulis ikut serta mengelola beberapa event internal diantaranya sebagai berikut.

1. Pembagian *Hampers*

Melakukan pendataan dan melakukan penertiban dalam pembagian *hampers* lebaran untuk internal atau karyawan Hotel Indonesia Kempinski Jakarta, yang berlangsung

selama 2 hari.



Gambar 3.5 Pembagian Hampers Lebaran untuk Karyawan

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

2. *I-Meeting*

Melakukan pembuatan hadiah berupa buket berisi bumbu dapur untuk pemenang mother day. Serta melakukan pembuat berbagai properti untuk mendukung jalannya acara.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.6 Pembuatan Buket Bunga untuk Hadiah

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

3. *The Biggest Loser (Weight Loss Competition)*

The biggest loser adalah sebuah program yang di jalankan oleh departemen HR dalam rangka menggerakan hidup sehat dan bebas obesitas untuk karyawan. Dalam program ini, karyawan di ajak hidup sehat dan menurunkan berat badan agar ideal. Tidak hanya itu, peserta yang berhasil menurunkan berat badan juga akan mendapatkan hadiah sejumlah uang.

Dalam program ini, penulis bertugas untuk membuat dekorasi dalam rangkaian acara program *The Biggest Loser* “*Weight In*”



Gambar 3.7 Dekorasi The Biggest Loser Weight In

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

2. *Social Media Management*

Media sosial merupakan *platform* yang menyediakan cara bagi seseorang untuk berbagi ide, konten, pemikiran, dan hubungan secara daring. Media sosial sangat berbeda dari apa yang disebut “media arus utama” karena siapa pun dapat membuat, mengomentari, dan menambahkan konten di media sosial. Media sosial dapat berbentuk teks, audio, video, peta, dan komunitas (Scott, 2014). Melalui sosial media kita dapat memfasilitasi sebuah konten, komunikasi dan juga percakapan. Pengguna sosial media dapat membuat/*co-create*, mengatur, mengedit, mengomentari, mendiskusikan, menggabungkan, meng-koneksikan dan saling berbagi konten. Konten di sosial media juga lebih mudah diakses dan dapat di tinjau dari mana saja. Berikut beberapa uraian kerja dari *Social Media Management & Content Creation*.

A. *Documentation*

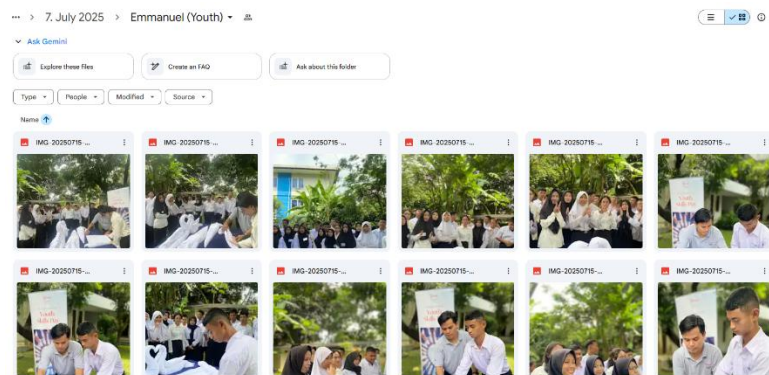
Dokumentasi merupakan suatu bentuk kegiatan atau proses yang dilakukan dalam menyediakan berbagai dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber. Dokumentasi juga merupakan sebuah upaya untuk mencatat dan mengkategorikan suatu informasi dalam

bentuk tulisan, foto, gambar dan juga video (Saputra et al., 2020).

Selama melakukan proses kerja magang di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta, penulis telah melakukan dokumentasi untuk berbagai kegiatan di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta diantaranya adalah,

1. Dokumentasi ulang tahun executive committee
2. Dokumentasi *I-Meeting*
3. Dokumentasi *Health Talk* Diabetes Awareness
4. Dokumentasi *Health Talk Healthy Diet*
5. Dokumentasi *Beauty Class*
6. Dokumentasi *Training staff (Fire Extinguisher, Smartphone, Photography, English Class)*
7. Dokumentasi *Trainee Badminton Competition*
8. Dokumentasi *Blood donation*
9. Dokumentasi *School Gathering*
10. Dokumentasi *Trainee Meeting*
11. Dokumentasi *CSR Yayasan Immanuel*
12. Dokumentasi *Easter Egg Hunt*
13. Dokumentasi *Heritage Tour*

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



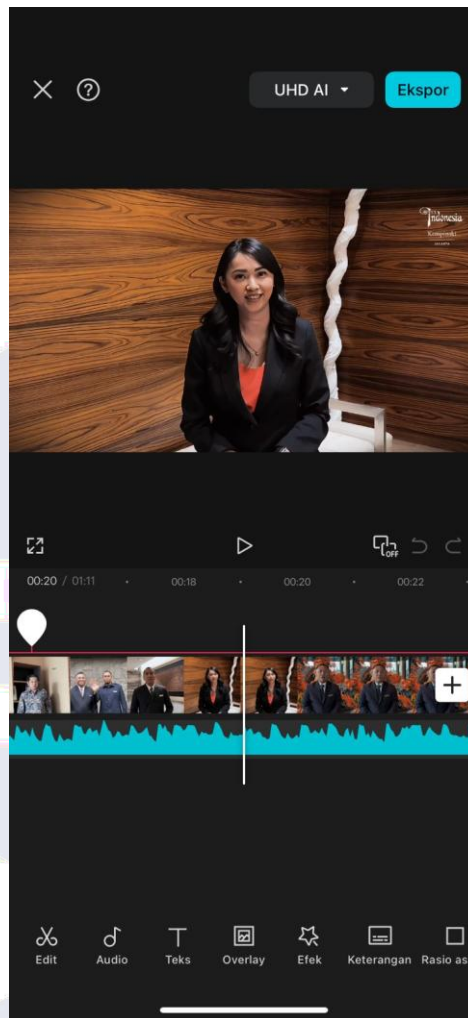
Gambar 3.8 Contoh Dokumentasi Kegiatan HR

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Setelah melakukan sesi dokumentasi dalam sebuah aktivitas atau event, penulis akan mengunggah hasil dokumentasi melalui Google Drive khusus tempat menyimpan hasil dokumentasi.

B. Content Creation

Selain melakukan sesi dokumentasi, penulis juga membuat beberapa konten dari dokumentasi yang dilakukan. Konten merupakan suatu format informasi, mulai dari tulisan, gambar, audio, atau bahkan video yang disajikan melalui *platform* digital (Mahmudah & Rahayu, 2020). Konten yang dibuat penulis diantaranya adalah foto kolase dan video rekapitulasi dari kegiatan yang dilaksanakan. yang dimana nantinya hasil dari konten tersebut akan diunggah melalui akun *Instagram internal staff* dan juga *WhatsApp group staff* Hotel Indonesia Kempinski Jakarta.

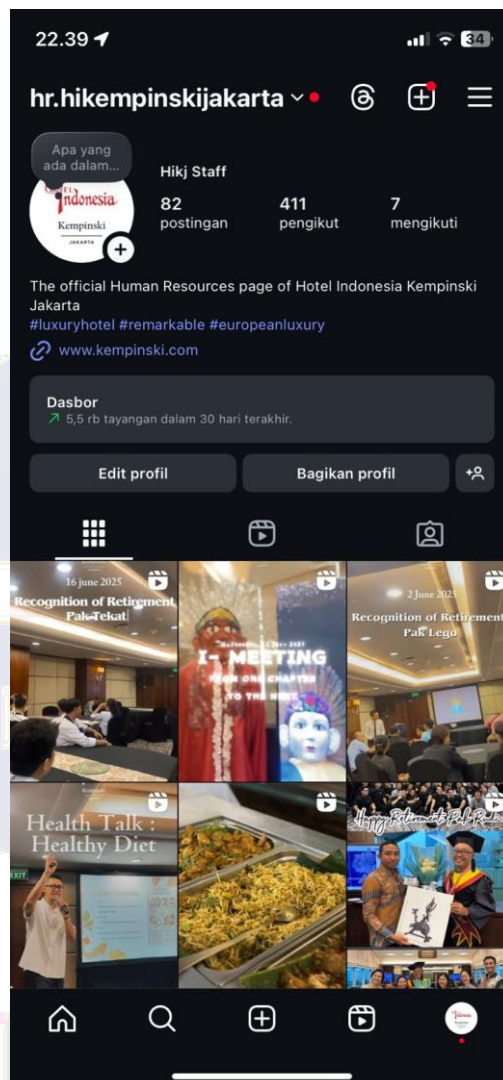


Gambar 3.9 Tangkapan Layar Proses *Editing Video Farewell*

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

C. *Social Media Management*

Social Media Management merupakan pekerjaan yang dimana penulis harus bertanggung jawab untuk mengelola kanal media sosial perusahaan. Dalam hal ini penulis bertanggung jawab untuk mengelola media sosial internal perusahaan yaitu Instagram dengan username @Hr.hikempinskijakarta.



Gambar 3.10 Tangkapan Layar Sosial Media Internal

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Penulis bertugas untuk menjadwalkan postingan yang akan diunggah ke *Instagram*. Sebelum mengunggah konten, penulis akan meminta asistensi kepada *supervisor* sebagai bentuk persetujuan dan pernyataan bahwa konten sudah sesuai dengan standar perusahaan. Beberapa konten yang akan diunggah pada *Instagram internal* adalah aktivitas *staff* seperti *training*, *farewell*, pensiun, karyawan dan ulang tahun *executive committee*.

Selain itu, penulis juga mengelola akun [linked.in](https://www.linkedin.com/company/hotel-indonesia-kempinski-jakarta) Hotel Indonesia Kempinski Jakarta, dimana penulis akan membuat dan mengunggah *job ads* sebanyak sekali dalam setiap minggu-nya yaitu

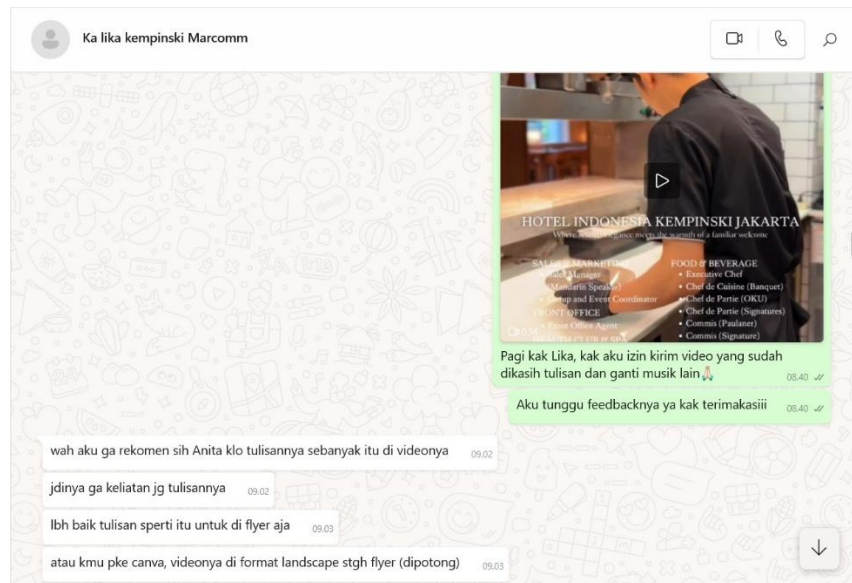
di hari jumat. Penulis akan memastikan lowongan yang tersedia untuk dicantumkan dalam *job ads*.



Gambar 3.11 Unggahan Linked.in Oleh Penulis

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Sebelum mengunggah postingan melalui linked.in penulis harus mendapatkan persetujuan untuk konten, apakah sudah memenuhi standar Perusahaan kepada *Supervisor* dan juga departemen *marketing communication*.

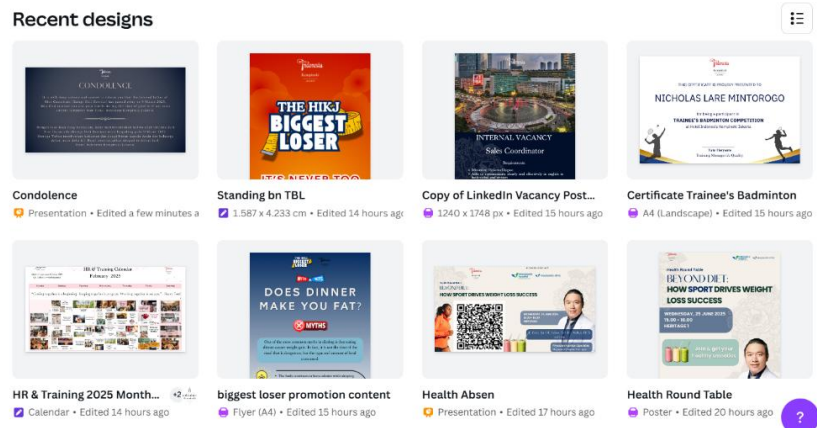


Gambar 3.12 Proses Asistensi Konten dengan Marketing Communication
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

D. Graphic Design

Desain grafis merupakan sebuah bentuk komunikasi secara visual untuk menyampaikan suatu pesan dan informasi kepada *audiens*; *desain grafis* juga merupakan sebuah bentuk representasi visual dengan menggunakan elemen-elemen visual (Landa, 2011). Desain grafis juga bertujuan untuk memperkuat sebuah pesan yang disampaikan, dan meningkatkan daya tarik agar pesan atau informasi lebih mudah diterima dan dicerna oleh audiens. *Desain grafis* sendiri dapat divisualisasi dalam berbagai bentuk seperti poster, infografis, dan juga konten sosial media. Selama proses magang, khususnya dalam proses pengelolaan informasi internal yang memerlukan desain grafis, penulis menggunakan aplikasi seperti *Canva Pro* dan *Ibis Paint* dalam membuat visual dan pengeditan. Tugas penulis sebagai *internal communication* di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta mencakup pembuatan poster untuk kegiatan internal seperti *training* karyawan, lomba karyawan, hari Kartini, sertifikat lomba bagi

pemenang lomba, *greetings card* untuk hari besar, dan desain lain sesuai kebutuhan *Departemen Human resources*.



Gambar 3.13 Tangkapan Layar Canva

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Berikut adalah beberapa contoh flyer dan poster untuk kegiatan atau *event*.

1) *Truly Indonesia Flavour Fest*

Truly Indonesia Flavour Fest adalah sebuah program dari departemen Hari dimana setiap hari senin, menu makan siang di kantin karyawan adalah masakan nusantara yang dipilih secara acak oleh Kepala Chef kantin. Dalam penyebaran informasi agar lebih menarik, penulis membuat poster sebagai berikut untuk di tempel di pintu kantin.



Gambar 3.14 Poster *Truly Indonesia Flavour Fest*

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

2) *Beauty Class*

Beauty Class adalah salah satu program *employee engagement* yang diselenggarakan oleh departemen HR, dengan tujuan untuk memberikan edukasi mengenai *makeup* dan *grooming*, serta untuk membangun rasa percaya diri di lingkungan pekerjaan. Dalam program tersebut, penulis berkesempatan untuk membuat poster dan melakukan sesi dokumentasi selama acara. Berikut adalah poster untuk *Beauty Class*.



Gambar 3.15 Poster *Beauty Class* Oleh Penulis

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Tugas ini terkorrelasi dengan pekerjaan internal *communication staff* dimana desain visual yang menarik dapat mendukung informasi yang ingin diberikan sehingga meningkatkan daya tarik suatu informasi atau kegiatan, serta meningkatkan produktivitas karyawan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani proses magang, penulis berkesempatan untuk

menerapkan secara langsung teori dan materi yang telah dipelajari dari berbagai mata kuliah ke dalam dunia pekerjaan sebagai pemegang di bidang Komunikasi *Internal*. Meskipun demikian, selama proses magang penulis juga menghadapi berbagai kendala yang perlu dicatat, antara lain:

1. Lingkungan kerja di *Departemen Human Resources* dirasakan kurang suportif bagi pemegang, terutama dalam hal beban kerja. terutama karena adanya ketidaksesuaian antara tugas yang diberikan dan deskripsi pekerjaan yang tercantum dalam kontrak awal. Pemegang sering kali dibebani dengan tanggung jawab yang melebihi kapasitas mereka, termasuk tugas-tugas administratif yang berulang dan pekerjaan yang seharusnya ditangani oleh karyawan tetap. Jika kondisi ini dibiarkan, hal tersebut tidak hanya dapat menurunkan kualitas pengalaman kerja bagi pemegang tetapi juga memperkecil keinginan calon pemegang untuk melakukan proses magang di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta.
2. Kurangnya komunikasi dan juga koordinasi antar divisi, sehingga sering kali terjadi perbedaan persepsi atau *miss* komunikasi karena perbedaan informasi. Hal ini sudah terjadi di awal pemegang bergabung, dimana pemegang tidak langsung berkomunikasi dengan *Supervisor*, melainkan melalui bawahannya.
3. Seringkali informasi yang disampaikan oleh *Human Resources* tidak tersampaikan dengan baik, hal ini dapat membuat tingkat produktivitas menurun karena audiens yaitu karyawan tidak mendapatkan cukup informasi mengenai kegiatan *Internal* yang akan dilaksanakan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa solusi atas kendala utama yang sudah dipaparkan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. *Departemen Human Resources* harus melakukan penilaian dan peninjauan rutin terhadap program magang khususnya di departemen mereka sendiri, terutama untuk menilai kesesuaian antara deskripsi pekerjaan yang sejak awal telah disetujui dan aktivitas yang terjadi dan diberikan dalam periode magang. Tugas yang diberikan kepada pemegang harus sesuai dengan

tujuan pembelajaran, dan bukan hanya untuk mengisi kekurangan tenaga kerja. Selain itu, penting sekali untuk menetapkan batasan yang tegas dan sesuai mengenai jenis dan jumlah pekerjaan yang dapat diberikan pemegang, agar tidak merasakan beban yang berlebihan.

2. *Supervisor* harusnya berkomitmen dan bertanggung jawab penuh dan langsung untuk memberikan bimbingan, penilaian, dan mendampingi pemegang selama proses magang. *Supervisor* juga seharusnya tidak menyerahkan pemegang kepada bawahannya agar meminimalisir terjadinya penyimpangan informasi.
3. Memaksimalkan media penyebarannya seperti *WhatsApp Group Internal* dan *email blast* dalam media digital, dan poster mading sebagai media cetak, hal-hal tersebut tentunya dapat mengoptimalkan penyebaran informasi yang akan diberikan. Selain itu juga dapat membuat poster atau materi promosi yang menarik agar dapat turut serta menarik minat karyawan untuk mengikuti kegiatan *Internal*.

