

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pekerja magang bekerja dalam tim media relations, di bawah pengawasan Manager External and Media Relations. Namun, posisi ini sementara digantikan oleh Senior Manager Communications sehingga alur pekerjaan dari VP Relations & Security yang diberikan kepada Senior Manager Communications langsung sampai kepada tim media relations. Seluruh pekerjaan yang telah dilakukan tim media relations kemudian dikirimkan kembali kepada Senior Manager Communications untuk mendapatkan review dan approval. Selama proses kerja magang juga dilibatkan dalam sesi brainstorming bersama dengan Departemen Perencanaan Strategis dan Departemen Layanan Klien. Namun proses *briefing* dan *review* tetap dilakukan dalam internal Departemen Kreatif.

Tim media relations terdiri dari lima karyawan tetap dan satu orang karyawan magang. Berdasarkan penugasannya, pekerja magang bertanggung jawab mengerjakan pekerjaan yang diberikan oleh karyawan dalam tim media relations. Para anggota tim media relations saling bekerja sama dalam menjalankan berbagai tugas komunikasi eksternal perusahaan, dengan tujuan utama menjaga reputasi perusahaan di mata publik, khususnya melalui media. Kolaborasi tim dilakukan secara intensif, baik dalam bentuk diskusi harian, evaluasi pekerjaan, maupun perencanaan strategis komunikasi. Tim media relations memiliki tanggung jawab utama dalam memastikan setiap informasi yang akan diterima publik melalui media telah melalui proses verifikasi teliti sesuai dengan kepentingan dan citra perusahaan.

Selama menjalankan program kerja magang di perusahaan XYZ, pekerja magang terlibat dalam berbagai aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan pekerjaan divisi Communications perusahaan. Khususnya pada aktivitas yang berkaitan dengan pemberitaan perusahaan ke publik, pekerja magang secara utama membantu pekerjaan media monitoring, menyusun undangan media engagement, dan pekerjaan lain yang bersangkutan dengan kebutuhan komunikasi perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama periode magang, pekerja magang menerima penugasan kerja dari beberapa karyawan divisi Communications. Sebagian besar penugasan utama diberikan oleh karyawan dalam tim media relations. Ruang lingkup pekerjaan yang ditangani oleh tim media relations sangat beragam dan menuntut ketelitian serta ketepatan waktu. Menurut NSCC & Martinelli (2021), Tugas seorang media relations adalah bekerja sama dengan media massa seperti platform berita televisi, situs web, surat kabar, majalah, dan sejenisnya, baik dalam rangka mencari publisitas maupun merespons perhatian media terhadap perusahaan. Peran ini menuntut kemampuan komunikasi strategis untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif antara perusahaan dan publik melalui media, serta memastikan pesan tersampaikan secara akurat, konsisten, dan mendukung reputasi positif perusahaan.

Selama periode kerja magang berlangsung, pekerja magang mendapatkan kesempatan untuk mengamati secara langsung bagaimana tim media relations menjalankan tanggung jawabnya dalam berbagai situasi komunikasi. Dari pengalaman tersebut, tampak bahwa pelaksanaan tugas media relations memerlukan koordinasi yang cermat, sensitivitas terhadap konteks, serta ketajaman dalam menyusun narasi yang sesuai dengan kepentingan organisasi dan ekspektasi publik. Tidak jarang, satu dokumen komunikasi perlu melalui beberapa tahap penyusunan dan penyuntingan agar sesuai dengan pesan strategis perusahaan.

Beberapa kegiatan di dalamnya adalah penyusunan draft press release dan standby statement, yang menjadi bentuk komunikasi resmi perusahaan dalam merespons isu atau peristiwa tertentu. Setelah materi disusun dan disetujui, tim bertanggung jawab untuk mendistribusikannya kepada media melalui saluran yang telah ditetapkan, baik melalui surat elektronik maupun platform komunikasi lainnya. Proses ini menuntut perhatian terhadap detail dan kecepatan dalam merespons, sekaligus memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan tetap berada dalam kerangka komunikasi perusahaan yang telah ditentukan.

Tidak hanya itu, tim juga melaksanakan media monitoring secara berkala untuk memantau pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan, mempersiapkan communication packs yang berisi narasi, fakta pendukung, dan panduan

komunikasi untuk isu tertentu, serta mengunggah dan memperbarui seluruh press release di situs resmi perusahaan. Dalam konteks krisis atau isu strategis tertentu, tim media relations juga bertanggung jawab menyediakan special media report yang ditujukan kepada jajaran dewan direksi sebagai bentuk laporan perkembangan media dan rekomendasi tindak lanjut.

Selain menjalankan fungsi teknis komunikasi eksternal, tim media relations juga memiliki tanggung jawab dalam menjalin dan memelihara hubungan yang harmonis dengan kalangan media. Upaya ini diwujudkan melalui penyelenggaraan berbagai kegiatan seperti media engagement, media gathering, dan media education, yang dirancang untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan media massa. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk menjalin hubungan baik antara media dan perusahaan, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan pemahaman yang lebih dalam mengenai nilai, visi, dan misi perusahaan.

Dalam praktiknya, tim media relations juga terlibat dalam pekerjaan di luar tugas utama tim. Pada kondisi tertentu, tim diminta untuk memberikan dukungan komunikasi dan koordinasi dalam acara yang melibatkan pihak eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dan kemampuan adaptasi merupakan kompetensi penting yang harus dimiliki oleh setiap anggota tim. Secara keseluruhan, pengalaman magang di tim media relations memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika kerja di bidang komunikasi korporat serta pentingnya peran media relations dalam menjaga keberlangsungan citra positif perusahaan di mata publik dan pemangku kepentingan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama periode pelaksanaan kerja magang, pekerja magang memperoleh tanggung jawab dari mentor selaku Pembimbing Lapangan untuk mengerjakan sejumlah tugas utama yang berkaitan dengan tim Media Relations. Selain itu, pekerja magang juga beberapa kali menerima penugasan tambahan dari divisi lain dibawah departemen *Relations & Security*. Tugas-tugas tersebut mencakup aspek komunikasi internal dan eksternal, serta seluruh tanggung jawab dijalankan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Uraian Pekerjaan	Bulan																			
	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media Relations																				
Internal Communications																				
External Communications																				

Tabel 3.1 Tugas Pekerja Magang

Sumber: Olahan Pemagang (2025)

Berikut rincian pekerjaan yang dikerjakan oleh pekerja magang:

No.	Divisi	Penugasan	Rincian Penugasan
1.	Media Relations	Media Relations Event	1) Mengedit memo internal sebagai dasar pelaksanaan kegiatan Media Engagement. 2) Menyusun surat undangan resmi kepada jurnalis dan menerbitkan nomor surat sesuai prosedur administrasi.

		3) Mengelola daftar RSVP jurnalis dan berkoordinasi dengan tim undangan. 4) Melakukan survei lokasi acara dan menyusun laporan hasil survei yang diserahkan kepada Senior Manager Communications. 5) Mengatur distribusi goodie bag kepada tamu undangan. 6) Melakukan koordinasi dengan manajemen hotel terkait kebutuhan teknis dan logistik. 7) Mendokumentasikan kehadiran Direksi saat acara berlangsung. 8) Membuat data profil perwakilan media yang menjadi undangan acara media engagement.
	<i>Media Relations Related</i>	1) Melakukan pemantauan pemberitaan media (<i>media monitoring</i>) secara harian untuk topik-topik yang berkaitan dengan perusahaan. 2) Menyusun laporan media sosial mingguan (<i>social media weekly report</i>) yang berisi analisis performa media sosial perusahaan.

			3) Mengarsipkan hasil peliputan media ke dalam <i>repository</i> digital perusahaan. 4) Melakukan <i>double-check</i> untuk hasil monitoring media massa dan sosial. 5) Menghadiri weekly meeting, monthly coordination, townhall meeting, Kurasi KPI meeting, dan safety conduction. 6) Membantu menyusun weekly report tim media relations.
	Lainnya		1) Menerjemahkan press release sesuai kebutuhan dan instruksi user. 2) Membantu penyusunan <i>press release guideline</i> update per 2025 serta, menyusun versi Bahasa Inggris untuk file bilingual. 3) Membuat report benchmarking sesuai kebutuhan users (annual report chapter 6, event in energy sector, news regarding to operational development) 4) Membantu penyusunan materi tim media relations pada powerpoint Communications Division Updates.

		IPA CONVEX 2025	1) Terlibat membantu tim media relations untuk mengadakan interview antara media dan spokesperson saat kegiatan IPA Convex. 2) Mendampingi salah satu jurnalis yang hadir selama kegiatan berlangsung 3) Membantu Team IPA dalam mendistribusikan goodie bag pada booth selama event berlangsung.
	Annual Report	Review bilingual file	Meninjau dokumen bilingual (dua bahasa) pada Bab 4, 5, dan 6 dari bagian Dewan Direksi. Tugas meliputi peninjauan kualitas terjemahan, melakukan penyuntingan linguistik lintas bahasa, serta melakukan terjemahan lanjutan tiap diperlukan.
	Government Relations	MC Support	Menjadi Master of Ceremony (MC) pada acara workshop seminar bersama XYZ dan Pihak SKK.
	External Representative	MC Support	Mewakili fungsi Divisi Communications sebagai MC dalam acara <i>Townhall Meeting</i> yang diselenggarakan oleh Departemen R&S.

Tabel 3.2 Uraian Tugas Pekerja Magang

Sumber: Olahan Pemagang (2025)

3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Media relations merupakan bagian penting dari strategi komunikasi perusahaan yang berfokus pada pengelolaan hubungan dengan media massa, baik cetak maupun digital (Gulbrandsen, 2020). Menurut Frank (2018) praktik pengerjaannya melibatkan berbagai aktivitas seperti menyusun siaran pers, menjawab pertanyaan media, mengatur wawancara, serta merancang strategi komunikasi untuk peliputan yang mendukung kepentingan organisasi. Selain bertujuan memperoleh publisitas yang menguntungkan, media relations juga berperan dalam merespons isu atau krisis yang menyita perhatian media. Sebagaimana dijelaskan oleh Smith (2020), media relations artinya bekerja dengan media massa termasuk televisi, situs web, surat kabar, dan majalah melalui upaya memperoleh publisitas atau merespons ketertarikan media terhadap organisasi. Efektivitas media relations sangat bergantung pada kemampuan membangun kepercayaan dan menjaga keterbukaan informasi antara organisasi dan media.

Dalam ranah komunikasi strategis, media engagement merupakan salah satu fokus penting pekerjaan media relations. Kegiatan tersebut diselenggarakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan positif berkelanjutan antara perusahaan dan media massa. Lebih dari sekadar mengirimkan informasi atau siaran pers, media engagement mencakup proses interaksi dua arah yang aktif antara organisasi dan jurnalis untuk membangun saling pengertian, meningkatkan visibilitas, dan memperkuat reputasi institusi. Seperti dijelaskan oleh Johnston dan Sheehan (2020), media engagement berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan publik melalui media. Jalinan komunikasi dilakukan dengan pendekatan kolaboratif, profesional, dan responsif terhadap kedua belah pihak.

Fungsi utama dari media engagement dalam konteks media relations meliputi penguatan kredibilitas perusahaan, peningkatan eksposur media yang positif, serta pembentukan persepsi publik yang selaras dengan identitas dan pesan strategis organisasi. Macnamara (2016) menekankan bahwa media engagement harus dilihat sebagai proses relationship-building yang melibatkan kepercayaan, transparansi, dan komunikasi yang konsisten. Oleh karena itu, kegiatan seperti

media gathering, konferensi pers, atau forum diskusi dengan jurnalis tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi komunikasi perusahaan. Media engagement yang dirancang dan dilaksanakan dengan baik dapat berkontribusi langsung terhadap keberhasilan komunikasi eksternal, pengelolaan isu, hingga peningkatan dukungan terhadap agenda perusahaan (Scott, 2024).

Selama menjalani masa magang di bagian Media Relations, pekerja magang mendapatkan pengalaman langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan media engagement yang diselenggarakan oleh perusahaan. Pekerja magang bertanggung jawab dalam mengedit memo internal sebagai dokumen dasar pelaksanaan kegiatan dan penyusunan surat undangan resmi kepada jurnalis. Surat undangan ini diterbitkan menggunakan sistem penomoran sesuai standar administrasi perusahaan, dan menjadi salah satu bentuk komunikasi formal kepada pihak eksternal (Cornelissen, 2023). Pekerja magang juga dipercaya untuk mengelola daftar RSVP jurnalis dan melakukan koordinasi dengan penyedia venue guna memastikan akurasi tempat dan mobilisasi selama acara media engagement berlangsung.

Penyusunan dokumen resmi yang salah satunya adalah surat undangan resmi merupakan bagian dari aktivitas komunikasi perusahaan yang strategis (Clampitt, 2019). Dalam melakukan penyusunan surat undangan resmi perusahaan, pekerja magang melakukan langkah-langkah panduan pengaksesan informasi perusahaan oleh karyawan pembimbing magang. Proses ini dimulai dari cara mengakses intranet melalui jaringan internet kantor hingga tata penulisan yang sesuai dengan prosedur. Intranet menyediakan berbagai template surat resmi yang sudah memenuhi standar identitas visual perusahaan.

Menurut Cornelissen (2020), identitas perusahaan merupakan elemen strategis yang menjadi dasar konsistensi komunikasi lintas kanal yang penting dalam lingkungan bisnis yang kompleks dan dinamis. Salah satu aspek penting dalam hal ini adalah pemilihan kop surat, yang harus disesuaikan dengan entitas penyelenggara acara. Misalnya, jika acara diselenggarakan atas kebutuhan XYZ

secara korporat, maka kop suratnya berbeda dengan acara yang diadakan oleh unit usaha XYZ. Sejalan dengan Bovee dan Courtland (2017), pemilihan kop yang tepat bertujuan juga berfungsi untuk memperjelas identitas dan penanggung jawab unit pengirim surat.

Selama periode magang, pekerja magang diberi tanggung jawab untuk menyusun surat undangan media sesuai kebutuhan kegiatan komunikasi perusahaan. Surat-surat tersebut umumnya ditujukan kepada perwakilan media massa untuk menghadiri berbagai kegiatan eksternal yang bersifat strategis, seperti pelaksanaan program media engagement maupun kegiatan peliputan yang bersifat terbuka. Dalam pelaksanaannya, tidak semua kegiatan bersumber dari satu entitas korporasi yang sama. Pekerja magang mendapati bahwa sebagian surat undangan disusun untuk kegiatan yang diselenggarakan langsung oleh PT XYZ, sementara sebagian lainnya berkaitan dengan kegiatan bersama institusi pemerintah, khususnya Pihak SKK, sehingga memerlukan penyesuaian dalam format dan elemen visual dokumen resmi.

Perbedaan utama dari masing-masing surat terlihat dari penggunaan kop surat yang menyesuaikan dengan identitas penyelenggara kegiatan. Surat yang diterbitkan untuk acara XYZ Internasional menggunakan kop yang menampilkan logo dan alamat resmi perusahaan tersebut, sesuai dengan struktur organisasi pengirim. Sementara itu, untuk kegiatan yang melibatkan pihak lain, seperti Pihak SKK sebagai mitra atau otoritas pengawas, surat undangan peliputan biasanya menggunakan kop ganda atau khusus yang mencantumkan logo Pihak SKK di samping logo XYZ. Penyesuaian ini penting dilakukan untuk menunjukkan legitimasi kegiatan dan memperjelas pihak penyelenggara di mata media, sekaligus menjaga identitas korporat dan tata kelola komunikasi resmi yang profesional.

Setelah template surat dan kop yang sesuai ditentukan, langkah selanjutnya adalah menghasilkan nomor surat menggunakan sistem korespondensi digital yang tersedia di intranet. Sistem ini mengharuskan pengguna mengisi sebuah formulir daring yang berisi sejumlah informasi administratif penting. Formulir tersebut mencakup struktur organisasi pengirim surat, tujuan pengiriman surat, klasifikasi

kerahasiaan dokumen (umum atau rahasia), manajer yang menyetujui surat, serta pihak atau institusi yang menjadi tujuan surat. Informasi ini berfungsi untuk memastikan bahwa setiap surat yang diterbitkan dapat dilacak asal-usulnya dan digunakan sesuai konteksnya. Setelah seluruh data diisi dengan lengkap dan akurat, sistem akan secara otomatis menghasilkan nomor surat yang kemudian harus dimasukkan dalam dokumen undangan sesuai dengan format yang berlaku di perusahaan (Laudon, 2021). Keseluruhan proses ini tidak hanya menuntut ketelitian teknis, tetapi juga pemahaman menyeluruh terhadap tata kelola administratif perusahaan. Melalui keterlibatan dalam tugas ini, pekerja magang memperoleh pengalaman langsung tentang pentingnya standar korespondensi dalam komunikasi korporat, serta bagaimana sistem digital digunakan untuk memastikan efisiensi, akuntabilitas, dan konsistensi dalam penyusunan dokumen resmi.

Setelah itu, pekerja magang juga turut melaksanakan survei lokasi salah satu kegiatan media engagement yang mencakup aspek teknis seperti kapasitas ruangan, fasilitas pendukung, serta alur logistik acara. Laporan hasil survei tersebut kemudian disusun secara sistematis dan diserahkan kepada users untuk ditinjau dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Pada hari pelaksanaan, pekerja magang terlibat aktif dalam proses penyambutan para jurnalis, pendistribusian goodie bag kepada tamu undangan, serta melakukan koordinasi teknis dengan pihak manajemen hotel terkait kebutuhan ruangan, peralatan, dan alur keluar-masuk tamu. Pekerja magang juga mendokumentasikan momen kehadiran Direksi perusahaan selama acara berlangsung sebagai bahan dokumentasi internal. Selain itu, pekerja magang menyusun data profil jurnalis dan media yang hadir sebagai bagian dari evaluasi dan tindak lanjut pasca-acara.

Pengalaman ini menunjukkan bagaimana konsep dan fungsi media engagement sebagaimana dijelaskan dalam literatur profesional diimplementasikan secara nyata di lingkungan kerja. Kegiatan tersebut menuntut keterampilan komunikasi, perencanaan logistik, perhatian terhadap detail, serta pemahaman terhadap dinamika kerja sama antara organisasi dan media. Melalui keterlibatan dalam seluruh tahapan kegiatan, pekerja magang tidak hanya mengembangkan

kompetensi teknis, tetapi juga memahami peran strategis media relations dalam mendukung komunikasi eksternal perusahaan.

Di samping itu, pekerja magang juga mengerjakan pekerjaan yang bersifat rutin setiap periode tertentu. Berbeda dengan media engagement yang bersifat event-based, pekerjaan rutin dalam konteks ini lebih berfokus pada proses yang berkelanjutan dan terstruktur untuk membangun serta menjaga eksistensi perusahaan di ruang publik. Menurut Smith (2021), kegiatan rutin seperti monitoring media, pelaporan monitoring media sosial, hingga dokumentasi pemberitaan adalah fondasi penting dalam pengelolaan hubungan dengan media dan publik. Pada pelaksanaannya, pekerja magang sama halnya mengerjakan tanggung jawab yang sesuai dengan pengertian proses media monitoring. Fungsi dari aktivitas ini adalah untuk menyediakan data yang akurat, mengidentifikasi tren komunikasi, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis informasi dalam pengelolaan reputasi perusahaan.

Sebagai salah satu aktivitas utama selama masa magang, pekerja magang secara konsisten menjalankan tugas media monitoring sebagai bagian integral dari peran di tim Media Relations. Aktivitas ini menjadi tanggung jawab harian yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga strategis karena berfungsi sebagai indikator awal terhadap isu, sentimen publik, serta pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan. Menurut Wilcox et al. (2023), Media monitoring didefinisikan sebagai bagian dari proses evaluasi Public Relations. Terdapat aktivitas mengamati dan mencatat pemberitaan media tentang organisasi untuk mengetahui tone, frekuensi, dan jangkauan eksposur. Ini dilakukan untuk menilai sejauh mana efektivitas komunikasi dan reputasi perusahaan di mata publik. Dalam konteks kerja komunikasi korporat, media monitoring menjadi salah satu sumber utama untuk memahami bagaimana perusahaan dipersepsikan oleh publik dan media, sekaligus mengidentifikasi potensi risiko komunikasi sejak dini. Oleh karena itu, kegiatan ini dilakukan secara disiplin dan berulang setiap hari kerja, menjadikannya fondasi utama dari proses pengambilan keputusan dalam tim komunikasi eksternal.

Dalam praktiknya, kegiatan media monitoring di perusahaan XYZ didukung oleh penyedia layanan servis teknologi yang bergerak di bidang pemantauan media. Penyedia ini menyediakan sistem berbasis teknologi untuk menghimpun data dari berbagai platform pemberitaan, baik media massa maupun media sosial. Setiap hari, divisi Communications akan menerima daily report dari penyedia layanan tersebut yang berisi kumpulan berita dan konten daring terkait perusahaan (Zerfass et al., 2017). Laporan ini terdiri atas enam file terpisah: empat di antaranya merupakan laporan dari media sosial, dan dua lainnya berasal dari media massa cetak maupun daring. Seluruh laporan tersebut disusun berdasarkan kata kunci (keyword) tertentu yang sebelumnya telah ditetapkan oleh perusahaan dan digunakan oleh penyedia layanan melalui monitoring tools internal mereka.

Meskipun sistem monitoring ini sangat membantu dalam mengefisiensi waktu dan sumber daya, dalam pelaksanaannya tidak jarang ditemukan kekurangan pada hasil laporan. Beberapa konten yang relevan luput dari pantauan sistem, baik karena penggunaan istilah atau gaya bahasa yang berbeda, ataupun karena sistem kurang akurat mengidentifikasi postingan. Oleh sebab itu, laporan yang diterima divisi Communications memerlukan proses verifikasi ulang. Dalam hal ini, pekerja magang bertanggung jawab melakukan pengecekan manual terhadap data yang dikirimkan, terutama pada laporan media sosial. Hal ini dilakukan agar tidak ada konten penting yang terlewat, khususnya yang berkaitan dengan citra, reputasi, atau eksposur langsung terhadap operasional perusahaan (Luttrell et al., 2024)

Media monitoring secara manual ini menjadi sangat penting karena konten media sosial memiliki dinamika dan kecepatan sebaran informasi yang sangat tinggi. Pekerja magang secara berkala melakukan pencarian kata kunci tambahan di platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan X (sebelumnya Twitter), untuk memastikan tidak ada unggahan publik yang berdampak signifikan terhadap perusahaan namun tidak terdeteksi oleh sistem penyedia layanan. Dalam berbagai kasus, konten-konten tersebut memuat informasi yang mengekspos area operasional perusahaan, termasuk foto, video, maupun narasi yang bersifat sensitif. Sebagaimana dijelaskan oleh Lipschultz (2021), karyawan dan perwakilan

perusahaan memiliki tanggung jawab etis dan profesional untuk menjaga kerahasiaan informasi strategis dan melindungi keamanan data perusahaan yang tersebar di ruang publik digital. Hal ini mencakup keterlibatan aktif dalam mengidentifikasi, melaporkan, dan menindaklanjuti penyebaran informasi yang tidak seharusnya dipublikasikan tanpa izin.

Sehubungan dengan pemantauan dalam pembahasan publik seputar XYZ, pekerja magang juga bertanggung jawab dalam menyusun social media weekly report yang memuat analisis *social media* monitoring perusahaan. Laporan ini mencakup data kuantitatif seperti engagement rate, reach, dan sentimen terhadap konten atau berita yang beredar. Penyusunan laporan ini dilakukan melalui observasi media menggunakan keywords tertentu. Selama periode kerja magang, pekerja magang mempelajari beberapa kata yang dinilai berisiko untuk perusahaan. Sebagian besar penggunaan kata untuk memantau media berkaitan erat dengan isu dampak lingkungan, insiden operasional hingga, konten yang mengekspos area operasional perusahaan.

Sebagai bentuk pengendalian mutu informasi, pekerja magang juga melakukan double-check terhadap hasil monitoring baik dari media massa maupun media sosial, demi memastikan tidak ada kesalahan data yang disampaikan kepada atasan atau pemangku kepentingan lain di divisi komunikasi.

Dengan berpegang pada pemahaman tersebut, pekerja magang tidak hanya menjalankan media monitoring sebagai tugas teknis semata, tetapi juga memahami peran fungsionalnya dalam menjaga keamanan informasi perusahaan. Menurut Fuchs (2024), etika media sosial berkaitan dengan prinsip dan panduan yang mengarah pada perilaku serta, komunikasi secara online. Oleh sebab itu, perusahaan XYZ telah menetapkan panduan penggunaan media sosial yang sangat disiplin dan telah disosialisasikan secara berkala kepada seluruh karyawan. Terutama bagi karyawan yang bekerja di wilayah aset operasional eksplorasi, media sosial menjadi hal yang bersifat sangat sensitif. Panduan penggunaan media sosial menegaskan bahwa segala bentuk publikasi atau eksposur terhadap area-area operasional perusahaan, fasilitas, ataupun identitas perusahaan sangat dilarang untuk

dipublikasikan. Hal ini dilakukan demi menjaga keamanan informasi Perusahaan. Kebijakan ini tidak hanya melindungi perusahaan dari potensi risiko keamanan, tetapi juga menjaga reputasi serta kepercayaan publik terhadap XYZ.

Pada proses media monitoring, pekerja magang menemukan beberapa konten media sosial yang sifatnya mengekspos aset eksplorasi dan fasilitas perusahaan. Pekerja magang menemukan bahwa pemilik akun yang tercatat mengekspos area operasional sebagian besar berasal dari pekerja kontraktor lapangan. Dalam rangka mengelola dan mendokumentasikan temuan tersebut secara sistematis, pekerja magang secara rutin membuat laporan yang memuat bagian khusus berjudul “Asset Exploration Exposure”. Bagian ini berfungsi sebagai catatan resmi mengenai setiap pelanggaran eksposur aset yang ditemukan, sekaligus sebagai bahan evaluasi untuk langkah-langkah korektif yang akan diambil oleh pihak terkait.

Laporan media monitoring yang dikirimkan kepada user akan ditinjau untuk dipastikan tingkat urgensi dan relevansinya. Setelah dilakukan peninjauan, user akan menghubungi tim manajerial aset yang bertanggung jawab atas wilayah bersangkutan dan menyampaikan temuan tersebut secara resmi. Selanjutnya, tim manajer aset akan menindaklanjuti laporan dengan menghubungi pihak di lapangan untuk menyampaikan langsung kepada individu yang bersangkutan. Pemilik akun akan diminta segera melakukan take down atau penghapusan konten yang dinilai melanggar kebijakan, serta diberikan edukasi mengenai panduan penggunaan media sosial sesuai regulasi perusahaan. Proses ini merupakan bagian dari alur penanganan yang telah terstruktur dengan baik, mencerminkan kesungguhan perusahaan dalam menjaga konfidensialitas operasional dan mitigasi terjadinya kebocoran informasi. Pengalaman ini memberikan pemahaman mendalam kepada pekerja magang seputar komunikasi digital yang tidak dapat dipisahkan dari aspek etika, keamanan informasi, dan manajemen risiko reputasi perusahaan.

Setiap alur pekerjaan media monitoring memberikan wawasan kepada pekerja magang mengenai peran strategis media relations dalam menjaga citra perusahaan di ruang publik digital. Media relations tidak lagi sebatas membangun

hubungan baik dengan media eksternal, tetapi juga mencakup kemampuan mendeteksi dan merespons potensi krisis komunikasi secara cepat dan terukur. Hal ini sesuai dengan pandangan Theunissen (2017) yang menekankan bahwa fungsi media relations modern telah berevolusi menjadi bagian dari strategi manajemen reputasi, di mana pengelolaan isu berbasis data menjadi kunci dalam mengendalikan persepsi publik. Melalui pengalaman tersebut, pekerja magang melihat bahwa peran media relations di XYZ dijalankan secara terintegrasi dengan pendekatan yang proaktif. Keterlibatan pekerja magang dalam proses pelaporan serta tindak lanjut konten eksposur aset menunjukkan bagaimana fungsi media relations berjalan dinamis di tengah arus informasi yang tidak terkendali di media sosial.

Selain itu, kegiatan-kegiatan rutin ini dilengkapi juga dengan keterlibatan pekerja magang dalam berbagai pertemuan koordinasi internal seperti weekly meeting, monthly coordination, town hall meeting, KPI Kurasi meeting, dan safety conduction. Melalui partisipasi dalam forum tersebut, pekerja magang memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang alur kerja tim media relations, prioritas komunikasi perusahaan, serta dinamika pengambilan keputusan yang berbasis data komunikasi. Selain itu, pekerja magang juga turut membantu dalam penyusunan weekly report tim media relations, yang merupakan rekap mingguan dari aktivitas, penyelesaian pekerjaan, dan rencana media relations kedepannya. Keseluruhan proses ini menunjukkan bahwa pekerjaan yang secara rutin dikerjakan merupakan tulang punggung dari fungsi media relations yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dalam mendukung pencapaian tujuan komunikasi perusahaan.

1. Weekly Meeting Tim Media Relations

Setiap tim dalam departemen relations & security secara rutin mengadakan kegiatan weekly meeting. Aktivitas ini berisikan diskusi rekap mingguan aktivitas yang telah dilakukan, pekerjaan yang sedang berjalan, serta rencana ke depan. Pada pelaksanaan weekly report tim media relations, weekly report biasanya disusun pada hari Rabu atau Kamis dan diikuti oleh seluruh anggota tim media relations. Selain sebagai data internal tim,

dokumen ini juga menjadi sarana evaluasi dan perencanaan taktis mingguan yang penting untuk menjaga konsistensi kinerja tim.

2. Monthly Coordination Meeting

Pertemuan pada Monthly Coordination Meeting melibatkan seluruh karyawan di bawah Departemen *Relations & Security*. Pertemuan ini bersifat wajib dihadiri satu bulan sekali dengan jumlah hadirin rata-rata adalah 20 hingga 35 karyawan. Setiap jadwal meeting yang diadakan melibatkan tim tertentu yang akan menjadi pembicara untuk sharing section sehingga, materi yang dibawa sesuai dengan fokus pembawa materi. Pada salah satu kesempatan, pekerja magang membantu tim pengurus monthly meeting untuk berpartisipasi sebagai operator slide materi presentasi.

3. R&S Townhall Meeting

Berbeda dengan yang lain, townhall meeting diadakan satu kali dalam setahun untuk membahas lebih lengkap update kerja tiap tim dalam periode satu tahun. Pertemuan ini dihadiri lebih dari 40 peserta yang terdiri dari karyawan dibawah departemen *Relations & Security*. Diskusi dalam pertemuan ini membahas lebih rinci terkait pencapaian tim dan update apa saja yang perlu diketahui oleh divisi lain dalam satu departemen. Pelaksanaan Townhall meeting membutuhkan dukungan MC sebagai pemandu jalannya acara. Pada penyelenggaraan Townhall meeting bulan Maret lalu, pekerja magang bertugas sebagai MC untuk memandu jalannya acara Townhall Meeting.

Pada pembahasan terkait penugasan MC, pekerja magang juga diberikan tanggung jawab sebagai pembawa acara (MC) dalam acara XYZ Reserves & Resources Workshop. Tim Government and External Relations sebagai fasilitator penyelenggaraan kegiatan tersebut, mengajukan perizinan kepada mentor (karyawan pembimbing magang) agar pekerja magang dapat diperbantukan dalam acara tersebut. Acara workshop dihadiri oleh President Director XYZ, Kepala

Divisi Prospektivitas Migas dan Data Wilayah Kerja Pihak SKK, serta peserta yang merupakan karyawan Pihak SKK dan XYZ. Pemenuhan tanggung jawab pekerja magang sebagai MC melibatkan kemampuan public speaking yang dipelajari selama masa perkuliahan. Menurut Lucas (2020), public speaker yang baik memiliki kemampuan berbicara di depan publik dengan persiapan yang matang dan pengetahuan terhadap acara yang dibawakan. Pengalaman ini menjadi pembelajaran yang berkesan sebab dalam waktu persiapan yang sangat singkat, pekerja magang telah mengusahakan persiapan diri yang optimal.

Selain itu, pekerja magang juga turut berkontribusi dalam tugas-tugas harian yang bersifat strategis dan mendukung fungsi komunikasi perusahaan dalam skala yang lebih luas. Salah satu bentuk kontribusi tersebut adalah menerjemahkan siaran pers (press release) ke dalam Bahasa Inggris berdasarkan instruksi user dalam tim media relations. Tugas ini tidak hanya memerlukan kemampuan bahasa yang baik, tetapi juga pemahaman kontekstual terhadap pesan yang ingin disampaikan organisasi, agar makna dan nuansa komunikasi tetap terjaga. Dalam proses penerjemahan, pekerja magang memastikan bahwa struktur kalimat sesuai dengan standar bahasa korporat dan gaya pekerja magangan profesional yang berlaku di lingkungan perusahaan energi.

Dalam aspek presentasi internal, pekerja magang juga turut membantu penyusunan materi tim media relations yang ditampilkan dalam PowerPoint bertajuk Communications Division Updates. Presentasi ini biasanya digunakan dalam rapat koordinasi atau forum komunikasi internal untuk melaporkan capaian, tantangan, dan rencana kerja divisi. Pekerja magang membantu merancang narasi dan tata letak visual dalam slide, sekaligus memastikan bahwa data dan informasi yang ditampilkan telah diverifikasi dan relevan dengan konteks presentasi. Melalui keterlibatan ini, pekerja magang memperoleh pemahaman tentang pentingnya visualisasi data dalam komunikasi korporat. Menurut Amabile & Pratt (2016), budaya kolaborasi pada perusahaan menjadi motivasi kreativitas individu. Oleh sebab itu, penyusunan materi Communications Division Updates dikerjakan bersama dengan dinamika diskusi yang komprehensif.

Pekerja magang bertugas untuk mencatat dan mendata jumlah press release dan media coverage yang telah terdata didalam repository. Terdapat kenaikan jumlah coverage secara signifikan meskipun jumlahnya hanya dihitung selama 6 bulan terakhir. Data tersebut menunjukkan konsistensi serta peningkatan jumlah publikasi berita perusahaan. Tidak hanya itu, data yang terkumpul juga bermanfaat sebagai dasar evaluasi dan nilai ukur keberhasilan tim dalam mengupayakan distribusi release. Kumpulan materi yang telah disusun oleh divisi Communications nantinya akan dipresentasikan kepada Senior VP Relations & Security.

Selanjutnya, periode bulan Mei 2025, pekerja magang berkesempatan untuk mengikuti penyelenggaraan acara IPA (Indonesian Petroleum Association) Convex 2025, khususnya pada hari pertama dan ketiga. Keterlibatan ini menjadi bagian dari aktivitas eksternal yang dijalankan oleh divisi Communications sebagai bagian dari partisipasi aktif perusahaan dalam ajang konferensi dan pameran industri hulu migas tingkat nasional. IPA Convex menjadi wadah strategis yang mempertemukan para pemeran industri energi, pemangku kepentingan, mitra usaha, dan media untuk membahas berbagai isu terkini dalam sektor minyak dan gas. Keterlibatan XYZ dalam ajang IPA Convex tahun ini menyoroti capaian produksi perdana Lapangan Forel dan Terubuk di Natuna.

Dalam tugas ini, pekerja magang berpartisipasi memastikan kelancaran proses wawancara, mengoordinasikan lokasi interview, serta mendampingi jurnalis selama berada di area booth. Tanggung jawab ini mengajarkan pekerja magang untuk memiliki sikap kedisiplinan, keterampilan komunikasi yang baik, serta pemahaman etika kerja dalam lingkungan profesional. Selain itu, pekerja magang juga memanfaatkan kesempatan ini untuk mempelajari lebih dalam mengenai berbagai perusahaan yang bergerak di sektor hulu migas. Melalui interaksi langsung dengan peserta pameran lainnya, serta pengamatan terhadap booth dan presentasi perusahaan lain, magang dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai struktur industri, teknologi yang digunakan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh sektor energi saat ini. Proses ini mendorong terbentuknya perspektif

yang lebih menyeluruh tentang peran strategis sektor migas dalam pembangunan nasional.

Pada pelaksanaan IPA CONVEX 2025 hari ketiga, pameran booth XYZ mendapatkan antusiasme tinggi dari para pengunjung. Sebagai bentuk partisipasi, pekerja magang membantu tim dalam menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang mencakup informasi mengenai profil XYZ. Mulai dari pertanyaan seputar program internship oleh para mahasiswa yang berkunjung ke booth sampai dengan pertanyaan seputar profil proyek produksi terbaru dari XYZ. Tidak hanya itu, pekerja magang juga berkoordinasi dengan tim communications dalam mendistribusikan goodie bag kepada pengunjung di booth perusahaan. Tugas ini walaupun bersifat teknis, tetap menjadi bagian dari representasi perusahaan dalam menjaga keterlibatan pengunjung dan memperkuat kesan positif terhadap partisipasi perusahaan dalam pameran. Secara keseluruhan, keterlibatan dalam acara IPA Convex 2025 menjadi pengalaman yang memperluas wawasan pekerja magang terhadap praktik komunikasi eksternal dan operasional acara dalam sektor energi, sekaligus memperkuat keterampilan kerja kolaboratif di lingkungan yang dinamis.

Keterlibatan pekerja magang dalam proses kolaboratif ini mencerminkan pentingnya budaya kerja berbasis kerja sama tim (*teamwork culture*) dalam organisasi. Budaya kerja seperti ini menunjukkan adanya keterlibatan karyawan secara aktif dan pengakuan bahwa karyawan merupakan salah satu pemangku kepentingan utama perusahaan. Menurut Schein (2024), perusahaan dengan budaya yang kuat memfasilitasi komunikasi antar-karyawan berpotensi tinggi meningkatkan produktivitas karyawan dalam bekerja.

Dalam konteks ini, partisipasi pekerja magang dalam kegiatan di IPA Convex 2025 tidak hanya berkontribusi pada keberhasilan operasional booth XYZ, tetapi juga mencerminkan implementasi nyata dari budaya kerja kolaboratif yang etis dan komunikatif, yang mendukung reputasi dan keberlanjutan lingkungan kerja secara keseluruhan. Disamping itu, pekerja magang juga memanfaatkan kesempatan ini untuk mempelajari lebih dalam mengenai berbagai perusahaan yang

bergerak di sektor hulu migas. Melalui interaksi langsung dengan peserta pameran lainnya, serta pengamatan terhadap booth dan presentasi perusahaan lain, peserta magang dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai struktur industri, teknologi yang digunakan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh sektor energi saat ini. Proses ini mendorong terbentuknya perspektif yang lebih menyeluruh tentang peran strategis sektor migas dalam pembangunan nasional.

Dalam proses ini, pekerja magang mempelajari alur penerapan strategi komunikasi yang tepat mulai dari persiapan pelaksanaan acara IPA Convex 2025 hingga selesai pelaksanaan. XYZ mampu mengintegrasikan rangkaian kegiatan pada IPA Convex 2025 menjadi satu kesatuan aktivitas komunikasi perusahaan yang utuh. Seperti dikutip dalam Isaac Joseph et al. (2021), menyatakan bahwa rancangan komunikasi perusahaan berfungsi sebagai panduan implementasi pada bagaimana komunikasi perusahaan telah diterapkan pada siapa dan bagaimana. IPA Convex 2025 menjadi wadah jalinan hubungan profesional antar-perusahaan XYZ dengan para stakeholders sekitar. Salah satu program yang berhasil meningkatkan engagement perusahaan saat berlangsungnya acara IPA Convex 2025 adalah Lomba Jurnalistik XYZ.

Pelaksanaan Lomba Jurnalistik XYZ secara teknis mengumpulkan wartawan pada sesi presentasi di pameran booth XYZ. Pemaparan materi presentasi oleh Director and Chief Administration Officer XYZ terkait 45 Years XYZ Quality Human Resources dan materi berjudul *XYZ Expands Adiwiyata School Program* yang disampaikan oleh Senior Manager Field Relations, menjadi dua sesi presentasi utama pada hari pertama IPA Convex 2025 di booth XYZ. Para jurnalis dari berbagai tier media berkumpul dan memperhatikan dengan seksama kedua presentasi tersebut sebab para jurnalis diwajibkan untuk menuliskan artikel seputar materi presentasi dalam rangka mengikuti lomba pekerja magangan artikel. Para jurnalis akan diberikan waktu 1-2 hari menyusun news coverage yang menarik dan terampil. Dari seluruh artikel yang terkumpul, tim media relations XYZ akan menentukan beberapa jurnalis yang berhasil memenangkan kompetisi ini.

Selama periode submission artikel berita untuk kompetisi, pekerja magang diberikan tanggung jawab untuk menyusun list nama-nama jurnalis beserta link coverage yang ingin dilombakan. Pada hari ketiga, XYZ mengumumkan pemenang Lomba Jurnalistik di exhibition booth XYZ. Berdasarkan hasil submission artikel berita untuk Lomba Jurnalistik, XYZ mendapatkan total 69 publikasi artikel. Selama acara IPA Convex 2025 berlangsung, tim media relations berhasil mendistribusikan empat press release yang menghasilkan 122 coverages, dengan 47% diantaranya berasal dari media tier 1 dimana kondisi ini mencerminkan eksposur yang kuat dari media-media berskala nasional. Dua press release diluar paparan materi presentasi diantaranya adalah XYZ Menandatangani Kesepakatan Gas Swap dan XYZ Memperkuat Portofolio Bisnis. Berdasarkan data Coverage Report, berita mengenai penandatanganan kesepakatan gas swap, mendapatkan volume media coverage tertinggi diantara 3 release lainnya. Hal ini menunjukkan minat publik dan media terhadap perkembangan strategis dan komersial perusahaan

Tidak hanya sampai disitu, pekerja magang mendapatkan penugasan dari Senior Manager Communications yang juga merupakan salah satu anggota Komite pelaksanaan IPA Convex 2025. Pekerja magang diminta untuk menyusun comparison framework. Penyusunan data komparasi diantara kedua event pada sektor hulu migas, membantu tim communications mengevaluasi kekurangan dan kelebihan penyelenggaraan IPA Convex 2025. Pekerja magang juga diberikan tugas untuk menyusun data news benchmark terhadap 4 kompetitor XYZ dalam konteks pemberitaan yang berdedar di publik. Data informasi tersebut dibutuhkan user sebagai salah satu unsur presentasi update tim media relations kepada Board.

Selanjutnya, pekerja magang juga mengerjakan kebutuhan dokumen transkrip Advantage Oman Forum (AOF) 2025. Dihadiri oleh lebih dari 150 peserta dan 50 pembicara profesional, Advantage Oman Forum (AOF) merupakan acara forum besar yang menyoroti potensi investasi sektor energi, pariwisata, manufaktur, dan teknologi di Oman. Direktur Utama PT XYZ Tbk, Bapak HP hadir sebagai *expert speaker* yang membahas kekayaan ekosistem darat dan laut di . Beliau memaparkan komitmen pelestarian lingkungan dari XYZ sebagai bentuk

kontribusi pada pelestarian lingkungan dan peluang ekonomi bagi komunitas pesisir, termasuk melalui proyek percontohan di Oman. Pada dasarnya, keterlibatan Direktur Utama PT XYZ pada AOF 2025 berkaitan erat dengan pemaparan hasil penerapan prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) di seluruh lini bisnis XYZ.

Prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) menjadi faktor penting pada kenaikan investment (Zhan et al., 2025). Menurut Zhan et al. (2025), ESG dinilai mampu mendorong performa perusahaan dalam mengembangkan inovasi penghijauan lingkungan. Melalui inovasi penghijauan, prinsip ESG perusahaan berpeluang meningkatkan daya tarik produk dan servis perusahaan serta, operasional yang kian lebih efisien. Dalam pelaksanaannya, pekerja magang diberikan tanggungjawab untuk menyusun teks transkrip panel discussion yang dihadiri oleh Direktur Utama XYZ. Penyusunan transkrip membutuhkan penyelesaian kerja yang sigap, tanggap, dan akurat mengingat informasi yang dimuat dalam hasil transkrip akan menjadi sumber data pembuatan press release yang akan didistribusikan kepada pihak media. Keterampilan penggunaan bantuan perangkat digital AI, seperti *TurboScribe* untuk mempercepat proses transkripsi, serta keterampilan penyusunan bahasa dan struktur teks formal, menjadi poin penting yang signifikan. Hal ini mencerminkan bagaimana proses pembelajaran di perkuliahan memberikan dasar teoritis yang kuat sekaligus mendorong kesiapan untuk beradaptasi dalam lingkungan kerja yang menuntut ketelitian dan ketepatan waktu.

Lebih jauh, kegiatan ini juga memperlihatkan bagaimana komunikasi dalam sektor energi membutuhkan sensitivitas terhadap konteks budaya, ekonomi, dan politik yang lebih luas. Diskusi panel dalam Advantage Oman Forum 2025 mencerminkan kepentingan strategis antara negara-negara penghasil energi dan korporasi multinasional, termasuk posisi melalui XYZ yang aktif di forum internasional. Hal ini memberikan gambaran nyata tentang skala dan pendekatan komunikasi yang harus disesuaikan dengan audiens global dan berbagai kepentingan lintas sektor. Secara keseluruhan, pengalaman ini memperkaya perspektif pekerja magang dalam memandang komunikasi bukan hanya sebagai

proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat diplomasi korporat, penguatan identitas perusahaan, dan jembatan antara visi manajemen dengan publik luas.

Seluruh proses ini menjadi representasi nyata dari integrasi antara pembelajaran akademik dengan praktik profesional, sekaligus membentuk fondasi penting bagi pekerja magang dalam meniti karir di bidang komunikasi strategis perusahaan. Melalui kegiatan ini, pekerja magang memahami pentingnya membangun hubungan profesional yang baik dengan media serta menjaga citra positif perusahaan melalui interaksi langsung. Rangkaian aktivitas yang dijalani oleh pekerja magang merupakan bagian dari strategi komunikasi dan usaha meningkatkan engagement serta, citra positif perusahaan.

Aktivitas pekerja magang sudah sesuai konsep external corporate communications karena sebagian besar pekerjaan yang dilakukan oleh pekerja magang merupakan aktivitas *External Corporate and Media Relations*. Pengalaman bekerja magang di perusahaan PT XYZ memberikan kesan yang positif terkait seluruh proses pembelajaran kerja nyata. Meskipun pembelajaran seputar external corporate communications sudah dijalankan di masa perkuliahan, penerapan pada realita bekerja menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada pelaksanaannya. Dengan demikian, pekerja magang telah menyelesaikan penugasan kerja magangnya sesuai dengan waktu yang ditentukan di PT XYZ .

3.2.2 Kendala Utama

- 1) Kendala terhadap akses penomoran surat resmi perusahaan yang hanya dapat dibuat melalui website intranet. Sementara, intranet hanya dapat diakses menggunakan koneksi internet kantor.
- 2) Sistem kerja dengan struktur organisasi yang khas membuat pekerja magang membutuhkan waktu adaptasi untuk memahami konteks standar komunikasi dan pelaporan pekerjaan.
- 3) Pada Mata Kuliah *Corporate Branding and Reputation Management*, penugasan akhir lebih difokuskan pada strategi branding produk yang dijual langsung ke konsumen. Hal ini kurang relevan dengan konteks industri

migas di mana branding perusahaan bersifat korporat dan berfokus pada hubungan dengan *stakeholders*. Oleh sebab itu, terjadi kendala pada pemahaman strategi branding perusahaan *business-to-business*.

3.2.3 Solusi

- 1) Pekerja magang berinisiatif untuk menyusun terlebih dahulu draf surat dengan lengkap, sehingga ketika mendapatkan koneksi pada jaringan kantor, proses penomoran surat dapat dilakukan dengan lebih cepat.
- 2) Pekerja magang aktif bertanya dan meminta arahan kepada user tentang bagaimana penyusunan laporan pekerjaan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- 3) Pada Mata Kuliah *Corporate Branding and Reputation Management*, pada beberapa penugasan dapat berfokus membahas Corporate Branding pada perusahaan korporat yang berhubungan dengan para *stakeholders*. Pada konteks ini, PT XYZ hanya menggunakan platform media massa untuk penyebaran informasi seputar perusahaan atau tidak memiliki akun resmi media sosial. Maka, pekerja magang berinisiatif untuk mempelajari bagaimana cara mempertahankan reputasi dan citra positif perusahaan dengan strategi komunikasi yang tepat.

