BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Kegiatan magang dilaksanakan oleh penulis di perusahaan KSO TPK Koja pada periode waktu 4,5 bulan dengan total waktu sesuai dengan persyaratan yang diberikan oleh kampus, yaitu sejumlah 640 jam kerja. Selama periode kerja magang penulis berada pada bagian Sekretaris Perusahaan divisi Humas & CSR yang memiliki beberapa tanggung jawab, yaitu penyusunan berita perusahaan, pengelolaan media sosial, keterlibatan langsung dalam kegiatan CSR dan pelaksanaan komunikasi internal perusahaan. Keempat tugas dan tanggung jawab yang sebelumnya telah ditulis berperan dalam meningkatkan citra perusahaan KSO TPK Koja. Selama proses kerja magang yang dilakukan, penulis dipantau oleh 2 supervisor yang membantu dan mengajari penulis untuk dapat bekerja magang dengan baik. Kedua supervisor tersebut adalah Lita Noveria dan Zul Haramain selaku supervisor divisi Humas dan CSR di KSO TPK Koja

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Pada saat melakukan kerja magang penulis sering membuat penyusunan berita kegiatan penulis yang kemudian akan didistribusikan pada saluran komunikasi perusahaan yaitu melalui website dari tpkkoja.co.id. Penulis juga melaksanakan tugas dan tanggung jawab dalam mengelola media sosial Instagram dan Facebook yang dimiliki oleh perusahaan dengan *username* @TPK_Koja dengan membuat konten menarik yang dapat meningkatkan *engagement* dan *awareness* dari masyarakat. Tugas lainnya yang penulis laksanakan adalah keterlibatan langsung dalam kegiatan CSR, yaitu dengan terjun langsung dalam membantu masyarakat sekitar untuk dapat merasakan kontribusi yang dilakukan oleh KSO TPK Koja. Terakhir tugas yang dilaksanakan adalah pelaksanaan komunikasi internal perusahaan. Di antara keempat tugas tersebut, pelaksanaan komunikasi internal perusahaan

Aktivitas Humas dalam Membangun Citra Perusahaan di KSO TPK Koja, Shira Jesselin Andriana, Universitas Multimedia Nusantara

merupakan bagian komunikasi internal berbeda dengan ketiga tugas lainnya yang penulis lakukan. Hal ini dikarenakan menurut Supervisor Humas KSO TPK Koja tempat penulis melakukan kerja magang tidak hanya ingin membuat kegiatan yang baik di eksternal saja, tetapi juga menjaga dan merawat komunikasi antara pegawai KSO TPK Koja.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tugas	Deskripsi Pekerjaan
Penyusunan berita kegiatan	Salah satu tugas penting dalam kegiatan komunikasi perusahaan adalah penyusunan berita kegiatan. Tugas ini mencakup proses penulisan informasi resmi perusahaan yang disusun berdasarkan peliputan langsung terhadap kegiatan internal maupun eksternal yang dilakukan oleh perusahaan, serta didukung oleh dokumentasi visual seperti foto dan video. Informasi yang disusun harus lengkap sesuai dengan standar 5W+1H dan disampaikan dengan gaya penulisan yang sesuai dengan standar penulisan berita perusahaan KSO TPK Koja. Tujuan dari tugas ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai KSO TPK Kojasecara luas kepada publik melalui saluran komunikasi perusahaan..
Pengelolaan Media Sosial	Media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi strategis dalam membangun citra perusahaan di era digital. Pada tugas ini penulis terlibat dalam proses perencanaan pembuatan materi konten, serta penjadwalan unggahan ke media sosial KSO TPK Koja, yaitu Instagram dan Facebook. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkuat *brand image* KSO TPK Koja, menyampaikan informasi penting secara cepat.

Aktivitas Humas dalam Membangun Citra Perusahaan di KSO TPK Koja, Shira Jesselin Andriana, Universitas Multimedia Nusantara

Keterlibatan langsung Corporate Social Responsibility (CSR)	Program CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial KSO TPK Koja terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam tugas ini penulis juga terlibat langsung dalam setiap tahapan pelaksanaan kegiatan CSR, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan di lapangan, hingga peliputan dan penyusunan materi publikasi. Melalui kegiatan ini, KSO TPK Koja berupaya untuk menunjukkan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan dan memperkuat hubungan yang baik dengan komunitas sekitar.
Pelaksanaan komunikasi internal	Komunikasi internal merupakan hal yang sangat penting dalam menjaga komunikasi dan koordinasi antar bagian di dalam perusahaan KSO TPK Koja. Pada tugas ini penulis bertugas untuk dapat menyampaikan informasi penting kepada seluruh karyawan yang ada di KSO TPK Koja, dengan tujuan agar setiap elemen dalam perusahaan menerima informasi yang sama secara merata dan tepat waktu..

Tabel 3. 1 Tugas Utama Humas
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Seluruh tugas tersebut dilakukan dengan tujuan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan membangun hubungan yang baik sebagai sesama karyawan yang bekerja di KSO TPK Koja. Dalam kegiatan magang ini penulis mendapatkan wawasan mengenai fungsi humas di dalam suatu perusahaan, terutama perusahaan KSO TPK Koja, tempat penulis melaksanakan kegiatan magang.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

A. Penyusunan Berita Kegiatan

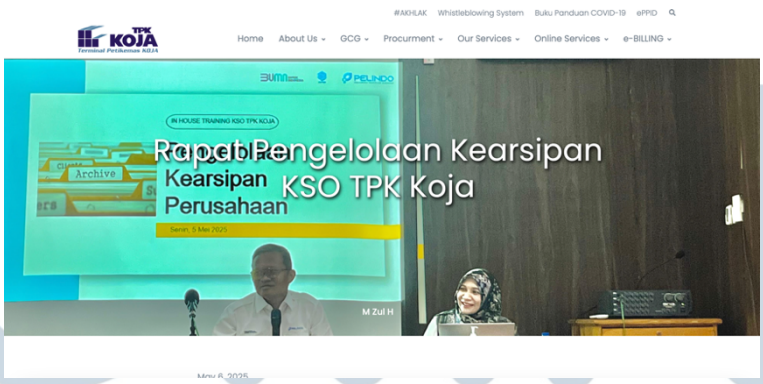
Dalam peranannya humas memiliki tanggung jawab dalam mengelola komunikasi antara perusahaan dengan publik, salah satu bentuk komunikasinya adalah dengan penyampaian informasi melalui berita. Penyusunan berita kegiatan merupakan salah satu tugas yang penulis lakukan penulis dalam pelaksanaan kerja magang di divisi Humas KSO TPK Koja. Melalui penyusunan berita Humas KSO TPK Koja dapat membentuk persepsi publik dan menjaga citra positif perusahaan. Hal ini dikarenakan penyampaian informasi atau kegiatan positif yang dilaksanakan oleh KSO TPK Koja disebarluaskan melalui media perusahaan, yaitu *website* tpkkoja.id.

Jika dikaitkan dengan peranan humas yang telah dibahas di latar belakang, penyusunan berita berperan sebagai menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarluaskan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan. Peran ini dapat ditemukan menurut (Cutlip, 1962) yang telah memaparkan 4 peranan humas pada buku *Effective Public Relation.* Jika dikaitkan dengan peran tersebut penyusunan berita telah menyebarkan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat melalui *website* TPK Koja yang juga dapat membentuk opini publik, seperti kegiatan positif yang dilakukan oleh TPK Koja dapat membentuk opini publik yang juga positif terhadap TPK Koja. Selain itu penyusunan berita kegiatan juga menjalankan peran humas menurut (Greener, 2011) yang dikutip dari buku *Practical PR* yang keempat, yaitu meningkatkan kredibilitas dari posisi publik atau kelayakan suatu organisasi. Jika dikaitkan dengan peran tersebut melalui kegiatan positif yang dilakukan oleh TPK Koja terhadap masyarakat sekitar yang kemudian dipublikasikan dapat membuat masyarakat menilai bahwa TPK Koja merupakan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya.

Aktivitas Humas dalam Membangun Citra Perusahaan di KSO TPK Koja, Shira Jesselin Andriana, Universitas Multimedia Nusantara

Melalui peranan tersebut terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan dalam menyusun berita kegiatan yang menjadi tugas penulis. Beberapa kegiatan tersebut kemudian penulis publikasikan melalui *website* KSO TPK Koja, beberapa di antaranya adalah kegiatan rapat pengelolaan kearsipan, kolaborasi program urban farming antara TPK Koja dan Kelurahan Koja untuk mengatasi isu *stunting*, peringatan ulang tahun perusahaan ke-27 yang dikemas dalam sesi diskusi bersama para *supir head truck eksternal* dan operator RTG, hingga momen penting seperti penandatanganan kesepakatan kerja bersama antara KSO TPK Koja, PT JICT, dan Koperasi KS TKBM Tanjung Priok.

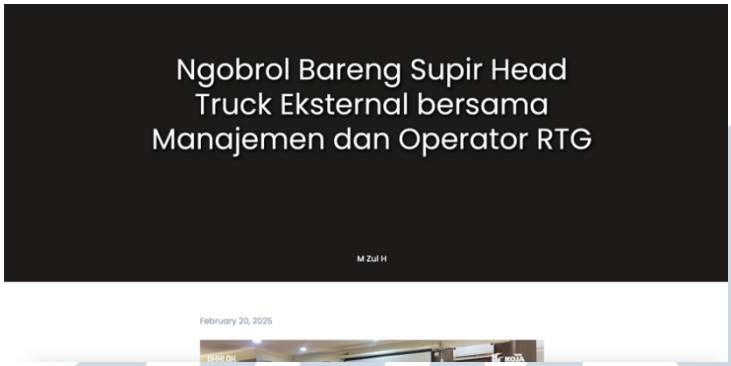
Kegiatan ini berlandaskan teori *Agenda Setting* oleh (McCombs, 1977) yang memiliki pengertian strategi komunikasi yang berfungsi untuk mempengaruhi isu yang dianggap penting oleh publik dan media, sehingga dapat menarik perhatian dari publik. Jika dikaitkan dengan teori ini dengan penyusunan berita kegiatan, humas dapat mengarahkan perhatian publik melalui kegiatan dan aktivitas yang dilakukan kepada KSO TPK Koja, sehingga perhatian dari publik dan media dapat tertuju ke perusahaan.



Gambar 3. 1 Rapat Pengelolaan Kearsipan
Sumber: Website Perusahaan httpa://www.tpkkoja.co.id (2025)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3. 2 TPK Koja dan Kelurahan Koja Kembangkan Program Urban Farming untuk Atasi Stunting
Sumber: Website Perusahaan https://www.tpkkoja.co.id (2025)



Gambar 3. 3 Ngobrol Bareng Supir Head Truck Eksternal bersama Manajemen dan Operator RTG
Sumber: Website Perusahaan https://www.tpkkoja.co.id (2025)

B. Pengelolaan Media Sosial

Tugas lainnya yang dilaksanakan oleh penulis adalah pengelolaan media sosial. KSO TPK Koja memiliki 2 media sosial aktif yang digunakan untuk membangun citra perusahaan, yaitu Instagram dan Facebook. Jika dikaitkan

antara pengelolaan media sosial dengan peran humas di KSO TPK Koja melalui peran humas menurut (Greener, 2011) yang dikutip dari buku *Practical PR* pada peran pertama tertulis membangun reputasi organisasi atau KSO TPK Koja. Hal ini dikarenakan di era digital saat ini, media sosial memiliki fungsi penting dalam membentuk persepsi publik. Disebutkan di DataReportal pada Juli 2025 Facebook dan Instagram menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak kedua dan keempat di Indonesia dengan total 122 Juta dan 103 Juta. Media sosial menjadi sarana bagi masyarakat mengakses banyak informasi, sehingga diperlukannya pengelolaan media sosial yang baik dari humas agar dapat membentuk dan membangun reputasi serta citra positif perusahaan terhadap masyarakat.

Beberapa aktivitas yang dilakukan oleh penulis dalam mengelola media sosial KSO TPK Koja adalah membuat konten yang menjadi bahan materi untuk diposting pada media sosial KSO TPK Koja dengan *username* @tpk_koja. Konten yang dipublikasikan di antaranya adalah dokumentasi kegiatan rapat antar departemen, rangkuman kegiatan CSR, *company visit* dari mahasiswa berbagai kampus, serta ucapan pada hari-hari besar keagamaan seperti Idul Fitri, Natal, Tahun Baru, hingga peringatan nasional seperti Hari Buruh atau Hari Kesaktian Pancasila. Dalam pembuatan konten video atau foto penulis dibantu dengan menggunakan *tools digital* seperti *CapCut* untuk *video editing* dan *Canva* untuk pembuatan poster.

Tugas magang penulis dalam mengelola media sosial KSO TPK Koja dilandaskan pada teori *two-way symmetrical communication* dari (Grunig & Hunt, 1984), yang menekankan bahwa medel komunikasi ini merupakan dialog dua arah secara seimbang antara organisasi dan publiknya, dengan tujuan untuk saling memahami dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. Teori ini berkaitan dengan tugas magang penulis, dikarenakan selain membuat konten yang kreatif, penulis juga membangun dialog dengan masyarakat melalui membalas komentar dan membalas pesan yang dikirim pada media

Aktivitas Humas dalam Membangun Citra Perusahaan di KSO TPK Koja, Shira Jesselin Andriana, Universitas Multimedia Nusantara

sosial KSO TPK Koja. Hubungan antara publik dan KSO TPK Koja dapat terbangun melalui kegiatan tersebut.

.

Gambar 3. 4 Poster Hari Spesial atau Hari Raya
Sumber: Media Sosial Perusahaan @TPK_Koja (2025)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3. 5 Kegiatan Perusahaan
Sumber: Media Sosial Perusahaan @TPK_Koja (2025)

Gambar 3. 6 Pembuatan Konten
Sumber: Media Sosial Perusahaan @TPK_Koja (2025)

C. Keterlibatan Langsung Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan aksi nyata dari komitmen KSO TPK Koja terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang berdampak pada masyarakat sekitar, terutama pada daerah Koja, Tanjung Priok.

Jika dikaitkan dengan peran humas *Corporate Social Responsibility* (CSR) termasuk ke dalam peran humas kelima menurut (Greener, 2011) pada bukunya

yang berjudul *Practical PR,* yaitu meningkatkan kampanye yang bertujuan untuk mencapai tujuan. Hal ini menjadi terkait dikarenakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh humas KSO TPK Koja memiliki tujuan agar dapat membangun citra baik kepada masyarakat melalui kampanye dan kegiatan yang dilakukan oleh KSO TPK Koja.

Selama masa kerja magang di Divisi Humas KSO TPK Koja, penulis terlibat secara aktif dalam berbagai program CSR yang dirancang tidak hanya sebagai bentuk kontribusi sosial. Beberapa kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh KSO TPK Koja mencakup penyelenggaraan donor darah bekerja sama dengan PMI, pembagian paket sembako kepada anak-anak yatim, hingga penyerahan hewan kurban dalam rangka Idul Adha sebanyak 29 ekor sapi dan 4 ekor kambing yang didistribusikan kepada masyarakat. Selain itu, program pemberian tiket mudik gratis kepada masyarakat menjelang Hari Raya Idul Fitri.

Pada tugas magang penulis memiliki landasan teori yaitu teori komunikasi organisasi dari (Goldhaber et al., 1978), yang menyebutkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses mengalirnya komunikasi yang terjadi dalam organisasi, baik secara internal ataupun eksternal untuk membangun hubungan antar anggota organisasi dengan publik. Teori ini menjadi berkaitan dengan tugas magang penulis pada bagian CSR dikarenakan dalam pelaksanaan kegiatan CSR memerlukan komunikasi yang efektif kepada publik dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat, serta membangun citra positif perusahaan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3. 7 Kegiatan CSR Donor Darah
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Gambar 3. 8 Kegiatan CSR Tiket Mudik Gratis
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3. 9 Penyerahan Kurban 29 Ekor Sapi dan 4 Ekor Kambing
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Gambar 3. 10 Berbagi Sembako Kepada Anak Yatim
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

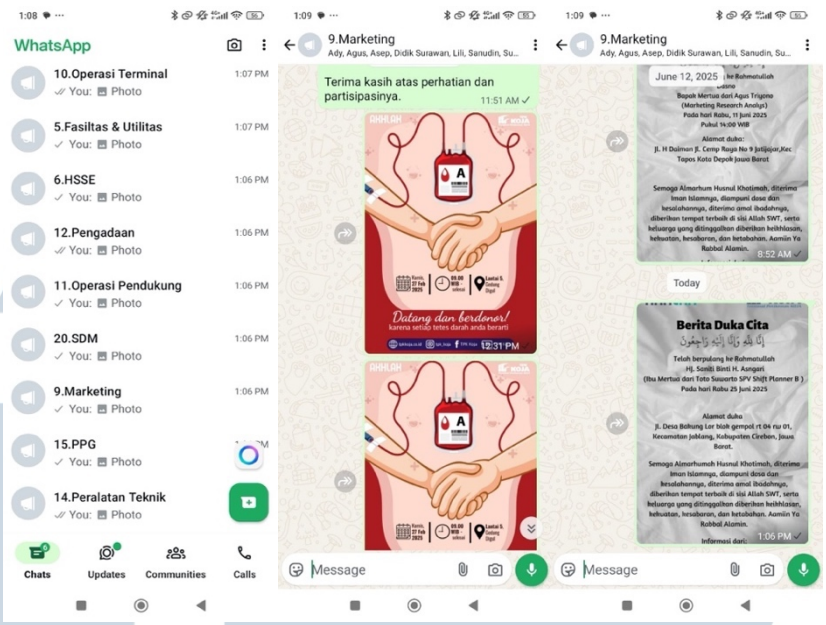
D. Pelaksanaan Komunikasi Internal

Pelaksanaan komunikasi internal juga merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan dikarenakan dapat meningkatkan koordinasi antar divisi dan memperlancar arus komunikasi yang terjadi di perusahaan. Pelaksanaan Komunikasi Internal juga termasuk peran humas jika dikaitkan dengan teori (Cutlip, 1962) humas pada peran terakhir, yaitu membina hubungan yang baik secara internal dan eksternal. KSO TPK Koja tidak hanya merawat hubungan terhadap pihak eksternal saja, tetapi juga dengan pihak internal agar segala proses komunikasi dapat berjalan dengan lancar.

Pada KSO TPK Koja komunikasi internal yang terjadi adalah dengan memberikan informasi pada saluran komunikasi perusahaan berupa fitur *community* yang ada di WhatsApp dengan menyebarkan informasi ke setiap divisi yang ada di KSO TPK Koja. Selain itu media komunikasi KSO TPK Koja dalam melaksanakan komunikasi internal adalah *website* perusahaan yang ditujukan untuk memberikan informasi mengenai kegiatan ekspor impor.

Teori yang berlandaskan kegiatan kerja magang saya adalah Teori komunikasi internal oleh (Welch & Jackson, 2007) yang menyatakan bahwa proses komunikasi internal yang membangun keterlibatan karyawan, agar dapat memperkuat hubungan antara individu. Teori tersebut berkaitan dengan kegiatan magang penulis dikarenakan komunikasi internal pada KSO TPK Koja memberikan keterlibatan karyawan dengan karyawan KSO TPK Koja dapat memberikan respons terkait dengan informasi yang diberikan. Selain itu komunikasi internal perusahaan dapat memperkuat hubungan antar karyawan KSO TPK Koja, seperti pada berita duka cita yang disebarkan melalui *community* WhatsApp terhadap setiap divisi perusahaan dapat membuat karyawan mengetahui informasi terkait dengan hal tersebut.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 11 Komunikasi Internal KSO TPK Koja
Sumber: Website Perusahaan (2025)

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani proses kerja magang di Divisi Humas KSO TPK Koja, penulis mengalami beberapa kesulitan, yaitu mengalami tantangan teknis seperti penyesuaian gaya penulisan sesuai standar perusahaan KSO TPK Koja, sehingga penulis harus dapat memahami alur gaya penulisan perusahaan tempat penulis magang. Tantangan kedua yang penulis hadapi adalah proses *approval* media sosial yang lama, dikarenakan sebelum penulis membuat postingan pada media sosial perusahaan, supervisor tempat penulis melakukan kerja magang harus menyetujui postingan tersebut terlebih dahulu dan tidak jarang terdapat revisi yang kemudian harus disetujui juga sebelum diunggah oleh penulis. Tantangan yang terakhir penulis alami adalah penulis kesulitan untuk berkoordinasi lintas pihak pada kegiatan CSR perusahaan dikarenakan KSO TPK Koja memiliki banyak kegiatan CSR hal tersebut menjadi tantangan tersendiri karena penulis harus dapat memahami karakter pada setiap pihak yang terkait pada kegiatan CSR dan melakukan komunikasi yang baik dengan pihak-pihak tersebut.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dapat penulis lakukan dalam menghadapi kendala yang penulis alami selama melakukan kerja magang di KSO TPK Koja adalah dengan meningkatkan kemampuan menulis berita penulis dengan membaca dan mempelajari cara menulis pada perusahaan secara formal dan sesuai dengan struktur 5W+1H perusahaan. Solusi kedua yang dapat penulis lakukan adalah dengan menyiapkan materi konten media sosial lebih awal, sehingga ketika proses persetujuan dari perusahaan yang cukup lama dapat diatasi dengan tepat waktu dikarenakan persiapan yang lebih awal. Solusi terakhir yang penulis dapat lakukan adalah koordinasi aktif dalam kegiatan CSR, sehingga penulis dapat memahami karakter pada setiap pihak yang terlibat dalam kegiatan CSR yang terjadi di KSO TPK Koja.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA