

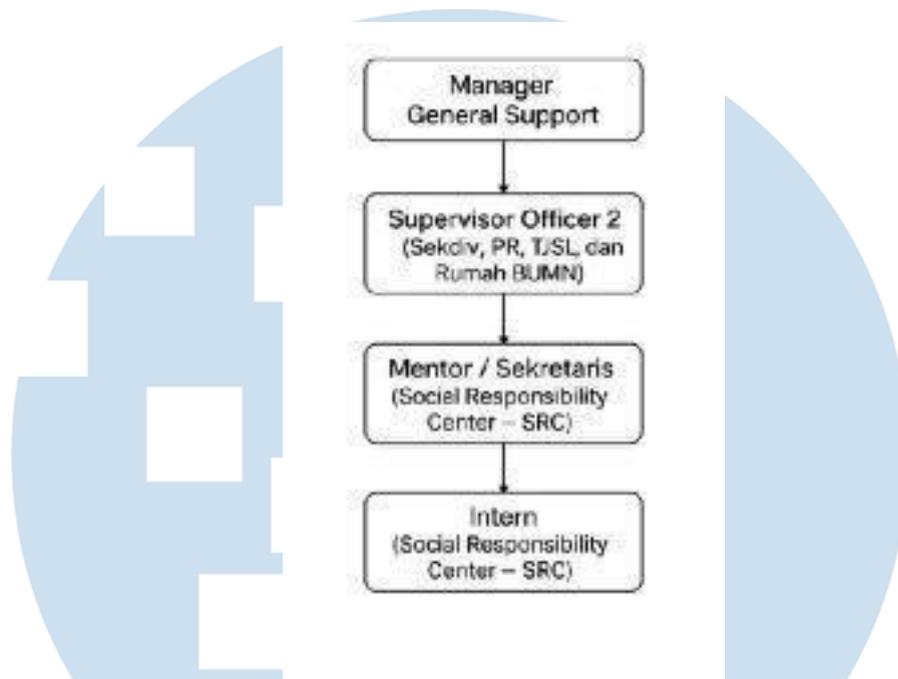
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Penulis melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di PT Telkom Indonesia pada unit Sekretariat & *Social Responsibility Center* (SRC) yang membawahi wilayah Divisi Regional II, yaitu area Jakarta dan sekitarnya. *Social Responsibility Center* (SRC) sendiri merupakan implementasi dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimana dalam PT Telkom Indonesia merupakan program rutin yang setiap bulan ada untuk menyalurkan sebuah bantuan kepada masyarakat Jakarta dan sekitarnya. Selama masa magang, penulis mendapatkan bimbingan secara langsung dengan Pritamara Wahyuningtyas selaku Supervisor Officer 2 Sekdiv, PR, TJSL, dan Rumah BUMN, serta mentor lapangan yaitu Monica Noprianty selaku Sekretaris Divisi, dan Penanggung Jawab *Social Responsibility Center* (SRC).

Dalam kegiatan magang yang dilakukan penulis tersebut, diberikan tugas dan tanggung jawab untuk mendukung pelaksanaan Divisi Sekretariat & *Social Responsibility Center* (SCR) yakni melakukan pendataan terhadap proposal bantuan yang diajukan kepada PT Telkom Indonesia, melakukan pengisian survei penilaian kelayakan proposal untuk menentukan apakah layak untuk mendapatkan dukungan bantuan dari perusahaan, berkomunikasi secara aktif dengan pihak pengusul (klien) terkait kelengkapan dokumen, proses verifikasi, serta hasil evaluasi proposal, menyusun dan mengirimkan *invoice* bantuan kepada klien terkait bantuan yang ditelaah mendapatkan persetujuan perusahaan, membantu tim dalam pembuatan konten untuk media sosial PT Telkom Indonesia, dan memberikan dukungan operasional untuk mendukung kelancaran program-program *Social Responsibility Center* (SRC). Dalam melakukan seluruh kegiatan tersebut dilakukan dengan pengawasan dan arahan dari Supervisor dan mentor magang.



Gambar 3. 1 Alur Kerja Sekretariat & Social Responsibility Center

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

Kegiatan ini menekankan pada interaksi dan komunikasi langsung dengan para pengusul atau klien yang mengajukan program CSR. CSR merupakan aktivitas utama dari divisi SRC. CSR sendiri merupakan wujud komitmen PT Telkom Indonesia sebagai pelaku bisnis dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan tetap memperhatikan tanggung jawab sosial serta manager keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Suhandri M. Putri, 2007). Selama melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di PT Telkom Indonesia, penulis menjalankan berbagai aktivitas di bawah pengawasan dan bimbingan mentor yang menjabat sebagai Sekretaris Divisi Social Responsibility Center (SRC). Seluruh kegiatan magang yang dilakukan juga mendapatkan persetujuan dari Supervisor Officer 2 (Sekdiv, PR, TJSL, dan Rumah BUMN).

Dalam menjalankan peran di Divisi *Social Responsibility Center* (SRC), penulis turut terlibat dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Setiap kegiatan dalam program CSR ini dilaksanakan berdasarkan arahan dan persetujuan langsung dari Manager General Support selaku pihak yang berwenang dalam pengambilan keputusan terkait pelaksanaan program

CSR di perusahaan. Selain itu, penulis bersama dengan mentor melakukan diskusi terkait pelaksanaan program CSR tersebut dalam pengambilan keputusan berupa proposal yang akan dibantu dalam setiap bulannya, penentuan tersebut didasari oleh beberapa aspek seperti tingkat emergency, kebutuhan para klien, dan kelayakan bantuan dari perusahaan untuk para klien tersebut.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani kegiatan magang di PT Telkom Indonesia dengan total durasi lebih dari 640 jam, saya terlibat secara langsung dalam pelaksanaan program rutin *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Telkom Indonesia, penulis turut serta membantu proses pengelolaan dan verifikasi proposal bantuan yang diajukan oleh berbagai pihak. Hingga bulan Mei, tercatat sebanyak 29 proposal telah diproses dengan dukungan aktif dari penulis selama masa magang.

Setiap bulan, bentuk bantuan yang diberikan melalui program CSR sangat bervariasi, tergantung pada kebutuhan masing-masing pemohon. Proposal yang diajukan umumnya mencakup berbagai kegiatan sosial maupun pembangunan infrastruktur yang bermanfaat bagi masyarakat. Beberapa contoh bantuan yang disalurkan antara lain berupa dukungan pembangunan pesantren, penyediaan sarana air bersih di daerah yang membutuhkan, serta bantuan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan lainnya seperti contoh kegiatan khitanan masal untuk dilingkungan pemohon.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani magang di PT Telkom Indonesia Regional II Jakarta dan Sekitarnya, penulis bertugas di bagian Sekretariat & *Social Responsibility Center* (SRC) dan menjalankan beberapa tugas utama yang berkaitan dengan kegiatan operasional dan program CSR perusahaan .

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Deskripsi Pekerjaan Divisi Sekretariat & *Social Responsibility Center* (SRC)

Kategori Kegiatan	Aktivitas	Penjelasan	
Tugas Utama	Perancangan Program CSR	Penulis melakukan pendataan terkait proposal yang masuk ke perusahaan untuk melakukan permohonan bantuan dana terkait program CSR yang dilakukan.	
	Menetapkan Target	Penulis dan mentor kerja magang melakukan pemilihan terkait proposal yang masuk untuk dilakukannya penyaluran bantuan dengan memilih kelayakan dan kesesuaian dengan program CSR perusahaan.	
	Mengelola	Koordinasi	Melakukan pengecekan dokumen dan berkoordinasi dengan klien terkait kelayakan bantuan dan untuk memenuhi kebutuhan dokumen dari klien yang ditujukan untuk perusahaan.
	Monitoring	Pengisian formulir data klien	Melakukan pengecekan atau pengisian survei terkait lokasi daerah, scope kegiatan, pilar utama program CSR, tingkat <i>emergency</i> , tingkat kemampuan ekonomi masyarakat sekitar, dan rekomendasi layak dibantu yang ditujukan kepada atasan perusahaan. Selain melakukan pengisian survei, penulis juga menyusun surat pernyataan yang ditujukan kepada calon penerima bantuan. Di samping itu, penulis turut membuat nota kwitansi sebagai dokumen pendukung untuk pengajuan dana kepada divisi keuangan. Kedua dokumen tersebut surat pernyataan dan nota kwitansi harus dilengkapi dengan tanda tangan dari calon penerima bantuan sebagai bentuk validasi dan persetujuan.

	Implementasi	<i>Invoice</i>	Pengiriman <i>invoice</i> bahwa pengajuan proposal bantuan dana dari klien telah mendapatkan persetujuan dari pihak perusahaan untuk layak dibantu.
	Evaluasi	Pelaporan	Melakukan rekapan para klien yang telah dibantu dalam bentuk slide presentasi.
Tugas Tambahan	<i>Social Media Content</i>	<i>Content Plan</i>	Membuat bank konten untuk keperluan Instagram yang dikhususkan untuk <i>employee branding</i> .
		<i>PR Writing</i>	Melakukan PR writing seperti pembuatan berita, dan Jaringan komunikasi (Jarkom) yang ditujukan untuk para karyawan.
		Dokumentasi	Melakukan pengumpulan dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto atau video dalam kegiatan event di perusahaan.

Tabel 3. 1 Deskripsi Pekerjaan Sekretariat & Social Responsibility Center

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)



Timeline Aktivitas Kerja Magang Penulis

Aktivitas	Februari			Maret				April				Mei				Juni				Juli	
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	
Pendataan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Menentukan skala target	■				■				■				■				■				
Koordinasi	■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			
Pengisian formulir data klien		■			■				■				■				■				
Invoice			■			■				■				■				■			
Pelaporan		■	■			■	■			■	■			■	■			■	■		

Tabel 3.2 Timeline Aktivitas Kerja Magang Penulis

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani magang dengan total durasi 640 jam kerja, penulis menjalankan tugas utama yang berfokus pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Telkom Indonesia, serta menjalankan beberapa tugas tambahan yang diberikan oleh supervisor dan mentor magang.

Adapun berbagai aktivitas yang dilakukan di bawah divisi Sekretariat & *Social Responsibility Center* (CSR) selama masa magang adalah sebagai berikut:

- **Tugas Utama**

- A. **Pendataan**

Dalam melaksanakan kerja magang di PT. Telkom Indonesia, penulis melakukan pendataan dalam proses pengajuan proposal dari klien hingga berjalannya sebuah program CSR perusahaan tersebut. Menurut Zainal Arifin (2012) Pendataan merupakan sebuah tindakan atau langkah penting dalam

pengumpulan informasi yang berguna sebagai dasar dari pengambilan keputusan, perencanaan dan kebijakan.

Penulis bertugas menghimpun data penerima manfaat program CSR, yang mencakup nama lembaga/yayasan, alamat, jenis bantuan, jumlah dana yang disalurkan, serta kebutuhan spesifik yang diajukan dalam proposal. Pendataan ini menjadi dasar dari administrasi perusahaan dan menentukan isu atau informasi apa saja yang terdapat dari porposal yang diajukan oleh klien. Hal ini selaras dengan Agenda Setting tingkat kedua (*Second-Level Agenda Setting*), yang membahas mengenai bagaimana organisasi tidak hanya menentukan isu yang penting, tetapi juga atribut apa dari isu tersebut yang perlu disorot ke publik (McCombs et al., 1997).



Gambar 3. 2 Data terkait proposal dari klien

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

Tugas penulis dalam menjalankan program CSR perusahaan yang pertama adalah dengan melakukan sebuah pendataan proposal yang telah dikirim dari klien yang ditujukan untuk divisi *Social Responsibility Center* perusahaan. Dalam hal pendataan ini perlu diperhatikan ketelitian dalam melakukan penginputan terkait data-data dari klien yang menjadikannya dasar utama dalam menentukan kelayakan untuk ditindaklanjuti dalam program CSR perusahaan.

Data yang telah diinput oleh penulis mencakup informasi sebagai berikut: nama yayasan atau lembaga, surat permohonan, nomor surat, alamat klien, nama PIC (*person in charge*) atau penanggung jawab proposal, nomor telepon, nomor rekening, jenis bank, pilar kebutuhan dalam proposal, nominal dana yang diajukan, serta jenis kebutuhan yang menjadi dasar pengajuan dana. Data tersebut harus dapat

dilengkapi oleh penulis karena akan diajukannya kepada mentor magang dan akan dilakukannya diskusi untuk dapat menentukan skala target yang akan dibantu oleh perusahaan.

Jika dalam kasus data proposal tersebut tidak lengkap, maka penulis akan melakukan sebuah komunikasi kepada yayasan atau lembaga tersebut berdasarkan nomor telepon yang tertera di proposal tersebut. Dalam hal ini, penulis akan meminta para klien dari yayasan atau lembaga tersebut melengkapi segala dokumen yang dibutuhkan perusahaan untuk penginputan data dari klien.

B. Menentukan Skala Target

The image shows a screenshot of a data table with multiple columns and rows. The columns appear to contain various fields such as names, addresses, and contact information. The rows represent individual client records. The table is partially obscured by a large watermark in the background.

Gambar 3. 3 Data klien yang akan disalurkan bantuan CSR

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

Proses menentukan skala target untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Telkom Indonesia dilaksanakan melalui diskusi antara penulis dan mentor magang dengan mempertimbangkan kelengkapan data proposal, urgensi kegiatan, serta keselarasan dengan pilar-pilar CSR perusahaan. Target skala ini meliputi jumlah penerima manfaat, area distribusi, dan durasi pelaksanaan. Penentuan skala sasaran mencerminkan praktik komunikasi strategis yang sesuai dengan prinsip *SMART Objectives* dalam penilaian program komunikasi komunitas. Berdasarkan *The Community Tool Box* (2022), evaluasi dilakukan untuk menilai kebutuhan masyarakat, mengenali hambatan, dan mengukur efektivitas acara yang diadakan. Proses ini sangat penting untuk menentukan keputusan program yang tepat dan memberikan dampak yang nyata.

Dalam hal ini, data dari skala target tersebut sudah pasti akan dibantu perusahaan dalam proses bantuan program CSR. Dalam menentukan skala target tersebut dapat dilihat dari sebuah keterkaitan antara perusahaan dengan para klien atau *stakeholder* yang pernah atau sedang menjalin kerjasama. Dapat dilihat dari gambar 3.3 dalam bagian notes merupakan sebuah keterkaitan antara perusahaan dengan para *stakeholder*. Hal tersebut, merupakan salah satu hal yang dapat

menentukan skala target dalam program CSR perusahaan.

Salah satu teori yang relevan dalam proses ini adalah *agenda-setting theory* yang dikembangkan oleh McCombs dan Shaw (1972). Teori ini menjelaskan bahwa institusi seperti media maupun organisasi memiliki kekuatan untuk menentukan isu mana yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks CSR, Telkom Indonesia menetapkan prioritas terhadap proposal-proposal yang dinilai paling mendesak, relevan dengan nilai perusahaan, dan sesuai dengan tujuan sosial perusahaan. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan tidak hanya menjadi pemberi bantuan, tetapi juga sebagai aktor strategis dalam membentuk fokus perhatian publik dan stakeholder (McCombs & Shaw, 1972).

Penentuan skala target dalam program CSR bukan sekadar proses administratif, melainkan merupakan bagian dari strategi komunikasi partisipatif yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat, sekaligus menjamin efektivitas serta akuntabilitas program yang dijalankan (Effendy, 2005). Dalam praktiknya, penulis bersama mentor magang, Ibu Monika, melakukan diskusi untuk menetapkan skala target bantuan yang akan direalisasikan setiap bulan. Hasil dari penetapan tersebut kemudian dilaporkan secara berjenjang kepada Supervisor Officer 2, yang terdiri dari Sekretaris Divisi, Public Relations, TJSL, dan Rumah BUMN, guna memastikan transparansi dan koordinasi yang optimal dalam pelaksanaan program CSR.

C. Koordinasi

Tugas selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan komunikasi dan koordinasi terkait kelanjutan proposal yang telah diterima oleh perusahaan. Penulis bertanggung jawab menindaklanjuti proses tersebut dengan menghubungi klien guna melengkapi dokumen-dokumen yang dibutuhkan perusahaan. Menurut Handoko (2016) Menjelaskan bahwa koordinasi merupakan proses dari integrasi sebuah tujuan, kegiatan pada satuan yang terpisah dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama yang efisien. Proses koordinasi dengan klien dalam pelaksanaan program CSR di PT Telkom Indonesia merupakan bagian penting dari strategi komunikasi yang bersifat partisipatif. Penulis melakukan koordinasi melalui komunikasi langsung seperti pengiriman pesan via WhatsApp, permintaan dokumen LPJ, serta klarifikasi terkait syarat administrasi yang belum terpenuhi.

Tidak hanya bersifat teknis, proses ini juga mencerminkan praktik komunikasi strategis yang bertujuan membangun kepercayaan dan memperkuat relasi antara perusahaan dan pemohon bantuan.

Strategi ini sejalan dengan konsep *Building Relationship of Trust* yang dikemukakan oleh Burke (1999), di mana koordinasi yang konsisten dan terbuka dapat menciptakan ikatan sosial yang kuat antara perusahaan dan komunitas. Selain itu, proses ini juga mencerminkan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* dari Grunig dan Hunt (1984), yang menekankan pentingnya komunikasi timbal balik antara organisasi dan publiknya. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menerima umpan balik secara aktif dan merespons kebutuhan stakeholder secara etis dan profesional.



Gambar 3. 4 Komunikasi dengan klien

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Selanjutnya, salah satu bentuk tugas koordinasi yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan tindak lanjut (*follow-up*) terhadap Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) dari klien yang telah menerima bantuan dana dari perusahaan. Setelah permohonan dana disetujui dan proses pencairan selesai dilakukan, penulis bertanggung jawab untuk menginformasikan kepada klien mengenai kewajiban mereka dalam menyusun dan menyerahkan LPJ sebagai bentuk pertanggungjawaban atas penggunaan dana tersebut. Untuk mempermudah tugas

ini, penulis biasanya memberikan format penulisan kepada klien sebagai ketentuan dalam menyusun LPJ. Dokumen LPJ tersebut harus memuat informasi rinci mengenai penggunaan dana, dan disusun sesuai dengan kebutuhan serta tujuan yang telah diajukan dalam proposal awal. Adapun tenggat waktu (*deadline*) penyusunan LPJ yang ditetapkan oleh perusahaan adalah paling lambat tiga bulan (H+3 bulan) sejak dana dicairkan atau digunakan.



Gambar 3. 5 Komunikasi dengan klien

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Tujuan utama dari pembuatan LPJ ini adalah untuk memastikan bahwa dana yang telah disalurkan benar-benar digunakan secara tepat, transparan, dan sesuai dengan rencana kegiatan atau kebutuhan yang tercantum dalam proposal. Proses ini menjadi bagian penting dalam sistem pengawasan internal perusahaan terhadap setiap dana bantuan yang diberikan. Penulis juga melakukan *follow-up* secara berkala untuk mengingatkan klien mengenai batas waktu penyusunan LPJ, dengan tetap memperhatikan etika komunikasi agar pesan tidak dianggap sebagai spam. Setelah LPJ dikirimkan oleh klien, penulis akan melakukan verifikasi dan pengecekan isi laporan untuk memastikan apakah seluruh informasi yang dicantumkan sudah sesuai dengan ketentuan dan format yang telah ditetapkan. Jika ditemukan ketidaksesuaian atau kekurangan dalam isi laporan, penulis akan menghubungi klien kembali untuk melakukan revisi sesuai dengan pedoman yang berlaku.

Berikut contoh LPJ yang telah dikirimkan dari para klien yang telah digunakan dana dalam keperluan yang tercantum dalam proposal.



Gambar 3. 6 Contoh Laporan Pertanggung Jawaban

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam LPJ tersebut, klien memberikan pertanggungjawaban dalam berbagai bentuk dokumen pendukung didalam file, antara lain surat ucapan terima kasih kepada PT. Telkom Indonesia, bukti transaksi seperti struk atau nota pembelian atas kebutuhan yang telah direalisasikan, serta dokumentasi foto yang memperlihatkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan atau pembangunan. Dalam hal ini, Dibutuhkan transparansi dari para klien agar dapat sesuai dengan kebutuhan yang tertera di proposal.

D. Pengisian Formulir Data Klien

Pada minggu ketiga setiap bulannya, penulis melakukan tugas rutin yaitu dengan mengisi formulir survei yang berasal dari klien dan sudah sesuai dengan ketentuan dokumen yang dibutuhkan oleh perusahaan. Formulir tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menilai kelayakan dari calon penerima bantuan program CSR, dan sudah sesuai dengan ketentuan perusahaan. Dalam proses pengisian formulir survei ini, penulis didampingi oleh mentor magang agar tidak terjadi kesalahan dalam pengisian survei tersebut. Informasi yang dimasukkan kedalam formulir survei tersebut biasanya diambil dari surat permohonan dan proposal yang sebelumnya dikirimkan oleh klien. Formulir survei ini berisikan

berbagai informasi dari klien yang mencakup, unit terkait, *scope* kegiatan, pilar utama dalam program CSR, tingkat *emergency*, manfaat bantuan, nilai manfaat, tingkat kemampuan ekonomi masyarakat sekitar, dan *ring* kegiatan atau jarak dari kantor Telkom ke tempat calon penerima bantuan.

Teori *Two Way Symmetrical Model* yang dikemukakan oleh Grunig (1992) menjadi dasar konseptual dalam pengisian formulir survei program CSR Telkom Indonesia. Model ini menekankan bahwa komunikasi kehumasan yang optimal adalah dua arah dan seimbang, di mana organisasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga aktif mendengar, menerima umpan balik, dan menyesuaikan kebijakan sesuai dengan kepentingan publik (Grunig, 1992).

Dalam praktiknya, formulir survei berfungsi sebagai alat komunikasi timbal balik antara perusahaan dan calon penerima bantuan: perusahaan mendapatkan informasi, sementara masyarakat/klien dapat mengungkapkan kebutuhan dan harapan mereka secara langsung (Grunig, 1992). Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis oleh penulis untuk mengevaluasi kelayakan proposal dan memastikan kesesuaiannya dengan ketentuan Telkom Indonesia terkait penyaluran CSR (Telkom Indonesia, 2024). Oleh karena itu, pengisian kuesioner survei bukan hanya proses administratif, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi setara yang meningkatkan akuntabilitas dan responsivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Dalam pengerjaan tugas tersebut, penulis dapat belajar dan memahami bahwa bagaimana menilai kelayakan penerima bantuan berdasarkan kriteria perusahaan. Selain itu, penulis dapat menjalankan serta terlibat secara langsung dalam bagaimana proses menjalankan program CSR perusahaan yang dilakukan secara objektif dan tersruktur.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 7 Formulir Survei

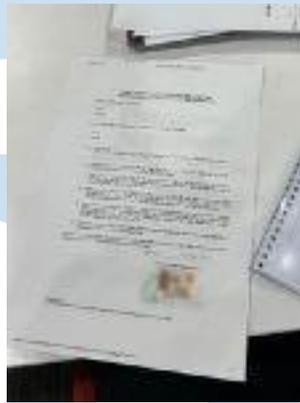
Sumber : Dokumen Klien dan Perusahaan (2025)

Kedua, setelah proses pengisian formulir survei selesai dilakukan oleh penulis, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah dengan menyusun sebuah surat pernyataan sebagai dokumen pelengkap dalam proses verifikasi dan validasi pengajuan proposal bantuan dana. Surat pernyataan ini berfungsi sebagai bukti yang memuat informasi penting terkait data dan tanggung jawab dari pihak klien atau calon penerima bantuan yang meliputi nama lengkap penanggung jawab atau PIC (*Person in Charge*), alamat domisili, nama yayasan atau organisasi yang mengajukan permohonan, serta rincian kebutuhan dana yang diajukan kepada perusahaan. Selain itu, dalam isi surat pernyataan juga berisikan beberapa poin penting yang harus diperhatikan oleh para klien atau calon penerima bantuan, terutama dalam mengenai komitmen untuk tidak menyalahgunakan bantuan dana serta kewajiban untuk menggunakan dana sesuai dengan yang telah dirincikan dalam proposal. Seluruh isi dari surat pernyataan harus disusun berdasarkan informasi yang sudah ada didalam proposal, sehingga tidak terjadi perbedaan atau ketidaksesuaian data antar dokumen para klien atau calon penerima bantuan.

Sebagai bentuk legalitas dalam pengajuan dana kepada perusahaan, didalam isi surat pernyataan tersebut wajib ditandatangani langsung oleh klien atau calon penerima bantuan di atas materai senilai Rp.10.000. Penandatanganan ini menjadi tanda bahwa yang bersangkutan atau dari pihak klien telah membaca, memahami dan menyetujui seluruh isi surat pernyataan serta bersedia dan bertanggung jawab

penuh atas kebenaran dan keabsahan informasi yang disampaikan didalam surat pernyataan tersebut.

Tujuan dibuatkannya surat pernyataan tersebut adalah untuk meminimalisir resiko terjadinya penyimpangan atau manipulasi data dalam proses pengajuan bantuan dana, yang mungkin dilakukan oleh oknum tertentu di lingkungan yayasan atau organisasi. Dengan dibuatkannya surat pernyataan ini, perusahaan atau pihak yang akan menerima bantuan dana akan berkomitmen untuk menggunakan dana yang telah diajukan dapat digunakan sesuai kebutuhan isi dari proposal tersebut dan menjaga integritas dalam proses penyaluran dana bantuan. Dalam hal ini, para klien atau pengaju permohonan dana, harus dapat bersikap jujur, tanggung jawab dalam melakukan segala hal yang telah dibantu oleh perusahaan sesuai dengan isi dari proposal pengajuan dana.



Gambar 3. 8 Surat Pernyataan

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Ketiga, Setelah proses pengisian formulir survei dan penyusunan surat pernyataan selesai dilakukan, langkah berikutnya yang akan dilaksanakan oleh penulis adalah dengan membuat nota kwitansi sebagai bentuk dokumen bagian dari kelengkapan administrasi dari klien yang telah mengajukan permohonan bantuan dana kepada perusahaan. Dalam pelaksanaannya, penulis mendapatkan arahan langsung dari mentor magang untuk dapat melakukan tugas tersebut sesuai dengan standar dan prosedur pada perusahaan. Pembuatan nota kwitansi ini bertujuan untuk dapat memberikan bukti tertulis secara sah atas terjadinya sebuah transaksi atau proses pencarian dana antara perusahaan dengan pihak klien atau pemohon

pengajuan dana bantuan, dalam hal ini sebuah yayasan atau organisasi. Nota kwitansi ini memiliki nilai legalitas sebagai dokumen pendukung yang menunjukkan bahwa permohonan dana telah diproses dan diterima sesuai dengan kesepakatan.

Adapun informasi didalam nota kwitansi tersebut yaitu, nomor kwitansi, nominal atau jumlah dana yang akan dicairkan kepada pihak klien, tujuan atau kebutuhan penggunaan dana, alamat lengkap yayasan atau organisasi, tanggal pembuatan kwitansi dan tanda tangan bermaterai Rp.10.000 dari pihak klien atau PIC (*Person in Charge*) yang bertanggung jawab atas pengajuan proposal pengajuan bantuan dana kepada perusahaan. Dengan adanya nota kwitansi tersebut, seluruh proses pengajuan dan penyaluran dana dapat terdokumentasi secara jelas, dan transparan, sekaligus dapat meminimalisir resiko penyalahgunaan dana di kemudian hari.



Gambar 3. 9 Kwitansi Perusahaan

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

E. Invoice

Setelah proses pengisian formulir survei selesai dan mendapatkan persetujuan dari mentor magang serta Supervisor, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah dengan mengirimkan *invoice* kepada para penerima bantuan program CSR. Pengiriman *invoice* ini biasanya dilakukan melalui platform komunikasi internal, yaitu aplikasi WhatsApp divisi *Social Responsibility Center* (SRC), agar prosesnya pengirimannya lebih terkoordinasi dengan baik.

Isi dari *invoice* tersebut mencantumkan surat pemberitahuan resmi, yang dimana para klien atau penerima bantuan telah mendapatkan persetujuan dari Manager General Support untuk menerima bantuan dana sesuai dengan kebutuhan dari isi proposal yang diajukan. Didalam isi dari surat pemberitahuan tersebut juga

tertera nominal dana yang akan disalurkan, sebagai bentuk transparansi perusahaan kepada para penerima bantuan. Selain sebagai bentuk konfirmasi, *invoice* juga berfungsi sebagai dokumen pemberitahuan resmi atas penyaluran bantuan CSR yang sudah mendapatkan persetujuan. Dengan adanya *invoice* ini, para klien atau penerima bantuan mengetahui secara jelas bahwa pengajuan mereka telah diterima dan mendapatkan persetujuan.

Perlu diketahui bahwa proses pencairan dana bantuan tersebut tidak dilakukan secara langsung setelah pengiriman *invoice* tersebut. Biasanya, proses penyaluran dana tersebut memerlukan waktu beberapa hari setelah pengiriman *invoice* dilakukan kepada penerima bantuan, karena ada prosedur administrasi lanjutan di internal perusahaan sebelum pencairan bantuan dana disalurkan.



Gambar 3. 10 Pengiriman Invoice

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

F. Pelaporan

Tahapan akhir yang dilakukan penulis selama kegiatan magang adalah menyusun laporan hasil dari pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dijalankan atau disalurkan oleh perusahaan kepada para klien. Pelaporan ini tidak hanya menjadi bagian dari dokumentasi administratif, tetapi juga mencerminkan bentuk akuntabilitas Telkom Indonesia terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan (Telkom Indonesia, 2024).

Dalam konteks komunikasi organisasi, proses pelaporan dan dokumentasi ini mencerminkan penerapan Teori *Agenda Setting* Tingkat satu yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972). Teori ini menyatakan bahwa media, atau dalam hal ini

lembaga komunikasi internal perusahaan, memiliki peran strategis dalam mengarahkan perhatian publik terhadap isu-isu tertentu. Dalam praktiknya, Telkom Indonesia melalui pelaporan berkala dan publikasi program CSR, berupaya membentuk persepsi publik bahwa perusahaan memiliki komitmen sosial yang kuat dan konsisten (McCombs & Valenzuela, 2021).

Pelaporan CSR umumnya disusun sebelum dilakukan pencairan dana kepada klien, dan berfungsi sebagai dokumen resmi yang menjadi dasar pertanggungjawaban kepada pihak internal maupun eksternal. Dalam penyusunannya, pelaporan didasarkan pada skala target yang telah ditentukan sebelumnya, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan permohonan dari masing-masing klien atau yayasan. Selama proses penyusunan laporan, penulis bekerja di bawah bimbingan mentor magang serta mengikuti arahan dari Supervisor Officer 2 (Sekdiv, PR, TJSL, dan Rumah BUMN). Arahan tersebut diperlukan untuk memastikan bahwa laporan yang disusun telah memenuhi standar perusahaan dan mencakup informasi lengkap serta valid mengenai seluruh penerima bantuan.

Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pemahaman praktis tentang pentingnya transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam menyalurkan bantuan sosial. Selain itu, penulis juga memahami bahwa CSR bukan sekadar aktivitas pemberian bantuan finansial, melainkan bagian dari strategi komunikasi korporat yang bertujuan membangun citra positif dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat (Effendy, 2005). Dalam konteks ini, kegiatan pelaporan CSR menjadi bagian dari strategi agenda setting tingkat pertama, yaitu proses memilih isu-isu yang akan disampaikan kepada publik sebagai representasi nilai perusahaan (McCombs, Shaw, & Weaver, 2014).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 11 Contoh Slide Presentasi Pelaporan

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

- **Tugas Tambahan**

- A. ***Content Plan***

Selain menjalankan tugas utama dalam program CSR, penulis juga mendapat tanggung jawab tambahan yaitu membantu dalam pembuatan konten untuk akun Instagram @kipasjawara. Akun ini merupakan media sosial yang digunakan oleh Telkom Regional 2 sebagai bagian dari strategi *employee branding* atau pencitraan karyawan di lingkungan internal perusahaan. Dalam pelaksanaannya, penulis menyusun *Content Plan* berdasarkan arahan dari Supervisor Officer 2. Namun, tugas ini bersifat tidak rutin, dan hanya dilakukan apabila ada arahan dari Supervisor Officer 2.

Penyusunan *Content Plan* diawali dengan melakukan analisis terhadap jenis konten yang relevan dan sesuai untuk dipublikasikan melalui akun Instagram perusahaan. Ide-ide konten yang dikembangkan merujuk pada tema-tema yang telah diangkat sebelumnya agar tetap konsisten dengan citra dan identitas media sosial perusahaan. Dalam perencanaan tersebut, penulis mencantumkan beberapa elemen penting, antara lain: ide konten, jenis konten (foto atau video), tema, sinopsis atau ringkasan isi konten, serta referensi dari konten-konten terdahulu yang dapat dijadikan inspirasi. Penulis juga turut mengoordinasikan proses produksi konten, termasuk mengajak karyawan Telkom Regional 2 untuk berpartisipasi sebagai

talent dalam konten yang dibuat. Setelah proses produksi selesai, penulis melakukan penyuntingan video menggunakan aplikasi *CapCut* agar hasil konten lebih menarik secara visual.

Tahap akhir dari proses ini adalah melakukan pelaporan hasil konten kepada Supervisor Officer untuk mendapatkan evaluasi, masukan, atau revisi apabila diperlukan. Tugas ini memberikan pengalaman tambahan kepada penulis dalam bidang komunikasi visual dan konten digital, serta memperluas pemahaman tentang strategi komunikasi perusahaan di media sosial.

Date	Status	Title	Description	Location
1. 10.2024	Done	1. 10.2024	1. 10.2024	1. 10.2024
2. 10.2024	Done	2. 10.2024	2. 10.2024	2. 10.2024
3. 10.2024	Done	3. 10.2024	3. 10.2024	3. 10.2024
4. 10.2024	Done	4. 10.2024	4. 10.2024	4. 10.2024

Gambar 3. 12 Content Planner

Sumber : Dokumen Aktivitas Pemegang (2025)

B. PR Writing

Selanjutnya, tugas tambahan yang dilakukan penulis adalah pembuatan PR Writing. PR Writing tersebut dapat berupa artikel berita dan pembuatan Jaringan Komunikasi untuk internal karyawan perusahaan dalam kegiatan atau event tertentu. Dalam melakukan PR Writing tersebut penulis mendapat arahan dari Supervisor Officer 2 dalam melaksanakan tugas tersebut. Dalam hal ini, pastinya penulis akan didampingi serta mendapatkan arahan untuk dapat melakukan tugas tersebut dari Supervisor Officer 2 saat menyusun materi, sehingga hasil dari penulisan tersebut tidak hanya informatif, tetapi juga sesuai dengan standar komunikasi perusahaan. Dari gambar 3.13 merupakan contoh bentuk jaringan komunikasi yang pernah dibuat oleh penulis untuk event Kartini di kantor PT. Telkom Indonesia Regional 2. Pada kegiatan tersebut, penulis menyusun materi komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kegiatan secara efektif kepada seluruh karyawan.

Melalui tugas tambahan ini, penulis mendapatkan pengalaman kerja secara langsung dalam praktik PR Writing internal perusahaan, termasuk dalam proses penyusunan pesan yang jelas, ringkas, dan menarik bagi audiens internal karyawan

perusahaan, serta dapat menyelaraskan pesan yang ingin disampaikan dengan budaya dan nilai-nilai perusahaan.



Gambar 3. 13 Jaringan Komunikasi

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

C. Dokumentasi

Selain menjalankan tugas utama, penulis juga melakukan tugas tambahan selama masa magang, yaitu mendokumentasikan berbagai kegiatan event internal perusahaan. Tugas ini diberikan secara langsung oleh Supervisor Officer 2. Salah satu kegiatan yang didokumentasikan adalah *event* “Kartini Jawara Berkarya” yang dilaksanakan di kantor PT. Telkom Indonesia Regional II. Acara ini merupakan bentuk perayaan Hari Kartini yang bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada para karyawan perempuan atas kontribusinya di lingkungan kerja. Event ini dihadiri oleh karyawan dari dua wilayah, yaitu Jakarta dan Bandung, baik secara langsung (luring) maupun daring melalui platform Zoom. Dalam kegiatan tersebut, penulis memiliki tanggung jawab penuh dalam mengabadikan seluruh rangkaian acara dalam format foto dan video. Penulis harus memastikan setiap momen penting terekam dengan baik, mulai dari sambutan pembuka, sesi *talkshow*, *fashionshow* para karyawan berbagai divisi, dan hingga dokumentasi suasana acara secara keseluruhan. Tidak hanya itu, penulis juga menjadi penanggung jawab jalannya kamera Zoom agar para peserta acara secara daring dapat menikmati jalannya acara yang dilaksanakan di kantor.



Gambar 3. 14 Dokumentasi kegiatan *event*

Sumber : Dokumen Penulis (2025)

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di PT. Telkom Indonesia Regional II selama lebih dari 640 jam kerja memiliki beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis sebagai Divisi Sekretariat & *Social Responsibility Center* (SRC), berikut ini beberapa kendala yang dihadapi penulis antara lain:

1) Kelengkapan Dokumen

Kendala yang dihadapi penulis selama menjalankan kerja magang tersebut adalah mengenai pengurusan kelengkapan dokumen milik klien yang sering kali belum lengkap. Dalam menjalankan tugas pendataan kelengkapan dokumen tersebut, penulis bertanggung jawab untuk dapat melakukan pendataan kelengkapan dokumen tersebut dan mencatatnya ke dalam Goolge Sheets perusahaan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Namun, pada kenyataanya masih banyak dari para klien tersebut yang mengirimkan dokumen yang tidak lengkap atau tidak sesuai dengan standar atau ketentuan perusahaan. Padahal dalam hal ini sudah dicantumkan segala bentuk dokumen dalam *website* <https://s.id/tjslreg2> tersebut. Hal ini, yang dapat menghambat proses pendataan dan proses menindaklanjuti

proposal yang telah diajukan. Dalam hal ini juga, penulis memerlukan komunikasi lebih lanjut dengan pihak klien terkait kelengkapan dokumen yang masih kurang tersebut.

2) Koordinasi dengan pihak klien

Kendala yang ditemukan selanjutnya adalah dalam berkomunikasi atau berkoordinasi dengan pihak klien. Dalam upaya melakukan komunikasi dengan para klien, penulis melakukan komunikasi langsung dengan para klien melalui nomor kontak yang tercantum di dalam proposal yang diajukan ke perusahaan. Komunikasi ini menggunakan aplikasi WhatsApp resmi divisi *Social Responsibility Center* (SRC) sebagai prosedur interaksi dengan para klien. Namun, pada pelaksanaannya, Penulis sering menghadapi kendala dalam proses komunikasi tersebut. Terkadang terdapat beberapa klien yang tidak memberikan respon atau jawaban terhadap pesan yang disampaikan oleh penulis, sehingga proses koordinasi yang dibutuhkan penulis tidak berjalan baik. Dalam beberapa hal yang dialami penulis terdapat nomor kontak yang tercantum di dalam proposal sudah tidak aktif atau tidak dapat dihubungi, tidak hanya itu, terdapat penulis dihadapkan dengan adanya *mis communication* dengan para klien yang berbagai macam masalah. *Mis communication* ini dapat terjadi dikarenakan pesan yang disampaikan penulis tidak dapat dipahami oleh pembaca. Kondisi ini, membuat terkendala penulis dalam proses administrasi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang dialami penulis selama praktik kerja magang, berikut solusi yang didapat dari penulis antara lain:

1) Kelengkapan Dokumen

Untuk mengatasi kendala terkait kelengkapan dokumen klien yang sering kali tidak sesuai dengan ketentuan perusahaan, penulis melakukan beberapa solusi untuk kendala tersebut. Penulis membuat daftar *checklist* dokumen berdasarkan persyaratan yang tercantum dalam *website* <https://s.id/tjslreg2>. Checklist ini digunakan sebagai acuan dalam melakukan pengecekan agar dapat memastikan tidak ada dokumen yang terlewatkan. Ketika terdapat dokumen yang masih belum lengkap, penulis akan menginformasikan ulang kepada para klien mengenai dokumen yang masih harus dilengkapi agar penulis segera melakukan pendataan administrasi.

2) Koordinasi dengan pihak klien

Untuk mengatasi kendala dalam proses komunikasi dan koordinasi dengan para klien, penulis membuat strategi yang bertujuan untuk dapat memperlancar alur komunikasi dan meminimalisir potensi terjadinya *mis communication*. Penulis membuat template wordingan yang lebih sistematis dan jelas dengan menggunakan bahasa yang sederhana namun formal, agar mudah dipahami oleh klien dari berbagai latar belakang. Selanjutnya, penulis meningkatkan intensitas *follow-up* terhadap pesan yang belum direspon oleh klien, dengan memberikan jeda waktu 1-2 hari untuk mengirimkan pengingat berikutnya. Selanjutnya untuk mengatasi nomor kontak yang tidak aktif atau tidak dapat dihubungi, penulis akan melaporkan kepada mentor magang untuk dapat ditindaklanjuti, agar dapat mengusulkan adanya informasi kontak alternatif untuk hal tersebut.

