



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Dalam kerja magang periode 21 Maret sampai 16 Juni 2016, penulis ditempatkan pada divisi *Corporate Secretary* PT Global Mediacom Tbk. Divisi *Corporate Secretary* memiliki tanggung jawab untuk mengontrol dan mengawasi kegiatan-kegiatan apa saja yang unit-unit lakukan, baik berhubungan langsung atau tidak langsung dengan Direktur Utama (Hary Tanoesoedibjo). Selain itu, divisi *Corporate Secretary* juga memiliki tanggung jawab untuk menjalin hubungan baik dengan *internal stakeholders*, *external stakeholders*, dan *shareholders*.

Divisi ini berada langsung di bawah Direktur Utama, yaitu Hary Tanoesoedibjo sehingga dapat berfungsi strategis untuk berhubungan langsung dengan BOD (*Board of Director*) maupun BOC (*Board of Commissioner*). Divisi *Corporate Secretary* juga jalan bersamaan dengan Audit Internal.

Selama praktek kerja magang, penulis memiliki kedudukan sebagai *Corporate Secretary* PT Global Mediacom Tbk di bawah bimbingan Ibu Ajun Damayanti, selaku *Corporate Secretary*. Tugas yang dijalankan oleh penulis antara lain menyaring proposal yang masuk ke perusahaan, merencanakan beberapa *event*, menjalankan beberapa *event*, membuat artikel, media monitoring, dan lain sebagainya.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Penulis diberi kepercayaan untuk menjalankan fungsi *media relations*, *event management*, salah satunya adalah Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan dan Luar Biasa (RUPST/LB), dan yang lainnya

seperti mengatur alur masuk proposal atau surat lain yang masuk ke perusahaan, lalu memberikan catatan khusus apakah surat tersebut layak untuk diteruskan ke bagian *management* atau tidak. Berikut tabel lengkap pekerjaan mingguan yang dilakukan penulis.



Tabel 3.1 Laporan Realisasi Kerja Magang

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
<p>1 21 – 30 Maret 2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposisi proposal • Menangani kunjungan dari eksternal • <i>Summary review</i> • <i>Review</i> konten Annual Report 2015 • <i>Summary</i> iklan MNC & MCOM • Rekap berita <i>event</i> • FGD • Menangani <i>event</i>
<p>2 31 Maret – 11 April 2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Review</i> program utama di 4 TV (RCTI, MNCTV, GlobalTV, iNewsTV) • Disposisi proposal • Menangani kunjungan & <i>event</i> • Mempersiapkan kebutuhan sebelum <i>event</i> (undangan, souvenir, dan sebagainya)
<p>3 12 – 27 April 2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposisi proposal • Menangani <i>event</i> • Konten Annual Report 2015 • <i>Scanning</i> Prospectus • Revisi konten AR 2015 • Revisi konten AR sebelum dan sesudah OJK • RUPST/LB unit-unit di MNC Group • <i>Press conference</i> • <i>Public exposure</i> • Rekap berita • Media monitoring

<p>4 28 April – 11 Mei 2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Review</i> iklan MNC & MCOM • IOM (<i>Internal Officer Memorandum</i>) • Media monitoring • Transkrip <i>public exposure</i> MNC setelah <i>press conference</i> • <i>List</i> program terbaru di 4 TV • Disposisi proposal dan <i>follow up</i> pihak-pihak yang berkesempatan melakukan kerjasama dengan MNC Group • Menangani <i>event</i> • Menulis artikel untuk Buletin per 6 bulan • <i>Translate</i> berita
<p>5 12 – 30 Mei 2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menangani <i>event</i> • Disposisi proposal dan <i>follow up</i> • Menangani <i>undangan</i> untuk <i>event</i> • Media monitoring • Menulis artikel untuk Buletin • Transkrip hasil wawancara untuk materi Buletin
<p>6 31 Mei – 16 Juni 2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transkrip hasil wawancara untuk materi Buletin • Media monitoring • Menulis artikel • Disposisi proposal & <i>follow up</i> • Menangani kebutuhan sebelum <i>event</i> • Menangani <i>event</i>

Dari laporan realisasi kerja magang mingguan di atas, maka dapat dibuat timeline kerja penulis selama praktek kerja magang sebagai berikut:

Tabel 3.2 Timeline Kerja

No.	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Waktu / Jadwal Pelaksanaan																
			Maret		April		Mei			Juni									
1.	<i>Media Relations</i>	<i>Summary iklan MNC & MCOM</i>																	
		<i>Press Conference</i>																	
		<i>Public Exposure</i>																	
		Rekap berita di media massa dan <i>online</i>																	
		<i>Media monitoring</i>																	
		Transkrip <i>public exposure</i> MNC																	
2.	<i>Event Management</i>	<i>Company visit</i>																	
		Rekap berita <i>event</i>																	
		<i>Forum Group Discussion</i>																	
		<i>Pre - Event</i>																	
		<i>Event</i>																	
		RUPST/LB unit MNC Group																	

3.	Lain-lain	Disposisi proposal & <i>follow up</i>																				
		<i>Summary & review</i> proposal																				
		<i>Review</i> konten AR 2015																				
		Revisi konten AR																				
		Revisi konten AR (sebelum & sesudah OJK)																				
		<i>Review</i> program utama 4 TV																				
		<i>List</i> program terbaru 4 TV																				
		<i>Scanning</i> Prospectus																				
		IOM (<i>Internal Officer Memorandum</i>)																				
		Artikel Buletin																				
		Transkrip hasil wawancara untuk Buletin																				
		<i>Translate</i> berita																				

UMMN

3.3.Pembahasan

3.3.1 Tugas selama kerja magang di PT Global Mediacom Tbk

Investor Relations adalah divisi yang mengatur komunikasi dengan para investor, sehingga investor memiliki informasi terbaru atas informasi yang diperlukan, dapat menambah jumlah calon investor dan investor yang tertarik untuk menjadi pemegang saham perusahaan.

Sedangkan *Corporate Communication* itu muncul karena berdasarkan perkembangan zaman, divisi-divisi tersebut dirasa tidak perlu berjalan sendiri. Dari sini lah muncul integrasi antar divisi atau unit sehingga pekerjaan menjadi lebih terorganisir.

Namun, pada perusahaan terbuka seperti PT Global Mediacom Tbk, fungsi *Corporate Communication* lebih dikembangkan lagi oleh *Corporate Secretary*, yang bukan hanya menjalin hubungan baik dengan *stakeholder* eksternal, tetapi juga *stakeholder* internal perusahaan. Dengan adanya *Corporate Secretary*, alur komunikasi akan jauh lebih terorganisir karena sistem komunikasi satu pintu, artinya *Corporate Secretary* menjadi tombak utama untuk mengatur keluar masuknya informasi dari dan untuk perusahaan.

Sebagai tambahan informasi, pada PT Global Mediacom Tbk, terutama ketika berlangsungnya RUPST/LB, peran *Investor Relations* mempersiapkan materi presentasi yang akan disampaikan oleh BOD (*Board of Director*) pada saat RUPST/LB, mengundang investor yang akan hadir di *Public Expose*, mempersiapkan materinya, dan membantu *me-review Press Release* yang akan disebar ke media. Sisanya, divisi IR berkolaborasi dengan divisi *Corporate Secretary* yang menjalankan RUPST/LB dengan porsi lebih besar. *Corporate Secretary* melakukan kegiatan seperti mengkomunikasikan persiapan RUPST/LB kepada *stakeholders* utama, yakni pemegang saham, regulator, media, internal perusahaan (karyawan), dan finansial perusahaan. *Corporate Secretary* juga mengatur keluar masuknya

informasi dari dan untuk perusahaan, termasuk penyebaran *press release* pasca RUPST/LB.

Seiring dengan berkembangnya sebuah perusahaan, maka semakin besar pula tanggung jawab perusahaan untuk menyampaikan informasi secara transparan. Salah satu divisi yang paling menguntungkan pada industri *Public Relations* adalah divisi *Financial Public Relations* atau *Financial Communication*. Dikatakan penting karena menyangkut informasi mengenai keseluruhan perusahaan dan agenda komunikasi yang terdapat di dalamnya (Theaker, 2012, h. 311).

Dalam perusahaan, tim *Investor Relations* atau *Financial Communication* dapat melaporkan kondisi finansial perusahaan kepada direktur utama perusahaan atau melalui direksi *Corporate Communication*, asalkan laporan keuangan tersebut haruslah akurat dan merefleksikan kepentingan organisasi.

Apabila suatu perusahaan sudah *go public* (Perusahaan Terbuka/PT), maka informasi tidak hanya untuk para direksi, tetapi juga untuk masyarakat luas. Menurut Hendrix dan Hayes, tugas *Investor Relations* adalah untuk menginformasikan kepada investor publik, serta mempengaruhi mereka secara tingkah laku dan kebiasaan mereka seperti:

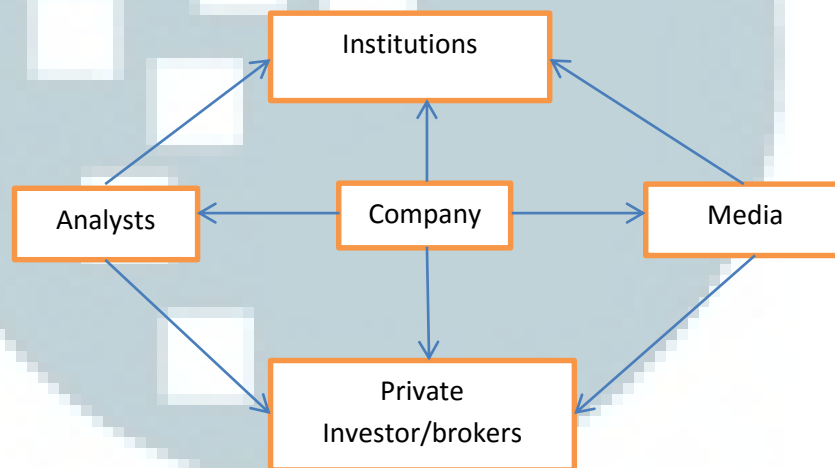
- a. Meningkatkan pengetahuan publik tentang perkembangan perusahaan
- b. Mengembangkan tingkah laku yang baik terhadap perusahaan
- c. Menciptakan keuntungan dengan mengajak potensial investor
- d. Meningkatkan laba dengan program-program *Investor Relations*
- e. Menerima tanggapan positif dan audiens

Sedangkan contoh dari hasil obyektif yang akan dihasilkan adalah berhasilnya mendistribusikan *news release* ke 12 *outlet* utama di *Financial Media* dan membuat 18 presentasi untuk *Security Analysts* selama beberapa bulan (Hendrik & Hayes, 2007, h. 230).

Alasan mengapa banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menjadi *go public*/ Perusahaan Terbuka/ IPO adalah karena meningkatkan laba agar perusahaan mampu berkembang lebih cepat, untuk membuka kesempatan bagi investor di luar perusahaan, meningkatkan profil perusahaan, dan untuk mendorong motivasi karyawan agar bekerja lebih giat lagi (Theaker, 2012, h. 314).

Berikut ini merupakan alur informasi yang ada pada Perusahaan Terbuka.

Bagan 3.1 Alur Informasi Perusahaan Terbuka



Sumber: Theaker, 2012, h. 315

Perusahaan Terbuka akan secara transparan memberikan informasi dari dalam ke pihak-pihak luar, seperti institusi yang terkait dengan perusahaan, media, *private investor/brokers*, dan *analysts*.

Institutions atau institusi yang dimaksud di dalam bagan adalah investor tetap, investor yang berpotensi, investor yang dulu pernah bergabung, institusi yang bekerja di bidang pendanaan pesiun, perusahaan asuransi, dan bank yang menawarkan investasi.

Perusahaan juga akan memberikan informasi kepada media, terutama *Finance Media* karena kemampuan media yang bebas memberitakan apa saja tanpa harus terikat dengan institusi mana pun.

Private Investor/brokers adalah orang-orang yang menginvestasikan uangnya ke perusahaan tetapi atas nama pribadi, bukan institusi. Informasi juga tentunya akan disampaikan ke mereka, mengingat investor pribadi juga harus melihat perkembangan perusahaan secara global maupun terperinci.

Analysts merupakan *key opinion* yang akan mengidentifikasi tren serta memberikan kesimpulan umum berupa ide untuk investasi. Ada dua tipe analisis, yakni *buy side* dan *sell side*. *Buy side* memberikan informasi untuk *manager-manager* yang bekerja di bidang pendanaan atau yang *independent*. Sedangkan yang *sell side*, mereka bekerja untuk *brokers/private investor/investor bank* untuk melihat perusahaan mana yang sesuai dengan keinginan para investor tersebut.

Kelima aspek di atas saling berhubungan satu sama lain. Bukan hanya untuk kepentingan masing-masing pihak, akan tetapi alur informasi seperti itu memang dibutuhkan untuk terus menjalankan fungsi ekonomi.

Theaker (2012, h. 320) menyebutkan bahwa setiap perusahaan pasti memiliki agenda yang terdiri dari (1) publikasi *annual report* (2) *half-yearly result*, dan (3) *Annual General Meeting/AGM*. *Annual Report* berisi tentang informasi *non-financial* dan *financial* perusahaan, dituliskan dengan lengkap, dikemas secara menarik, serta diberikan kepada investor setiap tahunnya. *Half-yearly result* berisikan laporan *financial*, tidak selengkap *Annual Report*, dan diberikan kepada investor pada bulan-bulan tertentu (misalnya setiap beberapa bulan sekali). Sedangkan *Annual General Meeting/AGM* adalah pertemuan antar investor secara langsung atau *face to face*, dikemas secara formal, dan akan ada sesi tanya jawab di dalamnya.

Kegiatan perusahaan, apalagi yang terkait dengan investor juga dijelaskan dengan lebih detil oleh Hendrix dan Hayes (2007, h. 231), yakni:

- a. *Annual shareowners meeting* (pertemuan antar investor setiap tahunnya)
- b. *Open house* untuk investor atau *analysts*
- c. *Meeting* bersama anggota dari *Financial Community*
- d. *Teleconference/webcast* dengan investor dan *analysts*
- e. *Special seminar* atau pertemuan lain dengan *analysts*
- f. Kunjungan spesial ke perusahaan atau *tour* dengan investor beserta *analysts*
- g. Acara promosi yang digunakan untuk meningkatkan *image* perusahaan di dalam komunitas *finance* (keuangan)

Secara praktek, AGM biasa disebut dengan RUPST. RUPST adalah Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang dilaksanakan rutin sekali dalam setahun. RUPSLB adalah Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang belum tentu diadakan sekali dalam setahun. RUPSLB lebih istimewa karena ada perubahan dalam struktur organisasi perusahaan yang harus disampaikan kepada investor.

Selain tugas-tugas yang telah disebutkan sebelumnya, Penulis juga dilibatkan dalam persiapan sebelum Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan dan Luar Biasa (RUPST/LB) Perseroan hingga selesai acara.

Menurut buku *HBR Guide to Project Management* (2012, h. 4), terdapat empat tahap untuk mencapai proyek yang maksimal, yaitu:

- a. *Planning* (mengidentifikasi masalah, *stakeholders*, hasil akhir proyek, dan sumber yang menopang jalannya proyek)
- b. *Build-up* (mempersiapkan tim, membagi tugas, mengatur jadwal, dan menyiapkan budget)
- c. *Implementation* (melihat dan mengontrol proses serta budget, melaporkan *progress*, dan menyelesaikan masalah pada saat kejadian)

d. *Closeout* (mengevaluasi proyek dan membuat laporan)

Pada tanggal 17 April 2016 penulis mengikuti rapat besar dalam mempersiapkan RUPST/LB dengan *Corporate Secretary* dan perwakilan dari unit-unit yang akan terlibat dalam RUPST/LB. Penulis membuat notulen yang berisikan informasi tentang siapa saja unit-unit MNC Group yang akan melakukan RUPST/LB, bagaimana undangan untuk audiens, letak panggung dan rekayasa tempat, *rundown* acara RUPST/LB selama beberapa hari, serta masalah teknis lainnya seperti konsumsi, *security*, *sound system*, *souvenir*, dan lain sebagainya.

Di hari-H pelaksanaan RUPST/LB, selain undangan investor, datang juga BOC (*Board of Commissioner*) dan BOD (*Board of Director*) dari masing-masing unit Group MNC, *Security Analysts*, dan *financial media*.

Registrasi dibuka beberapa jam sebelum RUPST/LB dimulai. Investor yang datang diberi *Annual Report 2015*, *souvenir*, dan konsumsi. Lalu RUPST/LB dibuka oleh moderator dari BOC/BOD yang datang, dan BOC/BOD akan menjelaskan secara umum bagaimana kinerja perusahaan baik secara *financial* maupun *non-financial*. *Financial* artinya performa perusahaan bila dilihat dari sisi keuangan. Sama seperti teori yang dijelaskan oleh Subramanyam (2014, h. 3), BOC/BOD menyampaikan analisis bisnis dalam perusahaan, tipe dan komponen yang terkait dalam bisnis, aktivitas di bidang keuangan, serta pengaruhnya terhadap investor.

Sedangkan *non-financial* artinya performa perusahaan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan, pembangunan gedung baru, dan perubahan struktur organisasi dalam perusahaan.

Setelah penjelasan mengenai *Annual Report 2015*, moderator membuka sesi tanya jawab dan menyampaikan informasi mengenai perubahan struktur organisasi dan investor berhak memberikan suaranya melalui *voting*. Jordan (2009, h. 189) tertulis bahwa

peraturan utama dalam voting adalah “*One Share, One Vote*” dengan tipe *voting* sebagai berikut:

- a. *Cumulative Voting*, apabila banyak investor penting yang tidak hadir, maka hasil voting akan dipertimbangkan ulang
- b. *Straight Voting*, apapun hasil voting, akan diambil yang terbanyak
- c. *Proxy Voting*, walaupun investor yang datang hanya perwakilan dari investor asli, selama hasilnya memenuhi kuota maka akan diambil yang terbanyak.

RUPST/LB unit-unit MNC Group memiliki tipe *Proxy Voting*, yang pada akhirnya akan diambil suara terbanyak karena sudah memenuhi kuota. Hasilnya adalah para investor setuju dengan perubahan struktur organisasi tersebut.

Rundown RUPST/LB tidak berhenti sampai di penutupan *voting*. Agenda berikutnya adalah *public expose* (Paparasi Publik) dan *press conference*.

Paparasi Publik dihadiri oleh para investor yang terdiri dari wakil beberapa perusahaan sekuritas, bank, *research company*, dan publik. Perseroan dalam hal ini menyampaikan perkembangan bisnisnya kepada para undangan tersebut.

Press Conference dilaksanakan Perseroan untuk menyampaikan informasi terkait dengan hasil RUPST/LB melalui media massa.

Untuk tahap *Closeout*, penulis membantu mengevaluasi melalui *media monitoring* di beberapa koran dengan hasil evaluasi yang positif. Berikut adalah daftar korannya:

- a. Koran Sindo
- b. Warta Kota
- c. Koran Jakarta
- d. Kompas
- e. Majalah Tempo

- f. Media Indonesia
- g. Rakyat Merdeka
- h. Indopos
- i. Pos Kota
- j. Neraca
- k. Investor Daily
- l. Bisnis Indonesia
- m. Kontan

3.3.2 Kendala-kendala dalam kerja magang

Untuk mengambil sebuah keputusan, diperlukan waktu yang cukup lama agar bisa dijalankan sesuai dengan rencana. Dibutuhkannya konfirmasi berupa tanda tangan dari semua BOD dan BOC, walaupun pada saat kejadian, mereka sedang berada di luar kantor atau bahkan di luar negeri.

Informasi terkait dengan *event-event* yang dilakukan oleh perusahaan seringkali kurang tersampaikan dengan baik ke pihak *stakeholders internal* maupun *external*. Hal ini berdampak pada menurunnya semangat atau kinerja karyawan dan menurunnya antusiasme atau kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan.

Selain itu, walaupun setiap sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan mengetahui bahwa akan ada acara besar, akan tetapi mereka tidak mengetahui rincian acaranya sehingga apabila ada tamu yang datang, tamu tersebut harus dialihkan terlebih dahulu ke bagian yang mengetahui informasi acara lebih rinci.

Informasi terkait laporan keuangan belum tersampaikan dengan baik dan tepat waktu sehingga berdampak pada terlambatnya informasi mengenai Laporan Tahunan atau *Annual Report* kepada *stakeholders*. Hal ini menimbulkan citra yang kurang baik pula bagi perusahaan.

3.3.3. Solusi terhadap kendala

Menunggu konfirmasi tersebut seharusnya bisa diminimalisir dengan cara konfirmasi via *email*, sehingga waktu yang terbuang bisa digunakan untuk mempersiapkan keperluan lain.

Seharusnya setiap sumber daya manusia yang terlibat dalam acara mengetahui dengan cukup baik tentang acara tersebut. Sehingga apabila ada media atau tamu undangan yang datang, mereka bisa dengan siap memberikan informasi yang diperlukan. Kesiapan memberikan informasi tersebut akan berdampak positif pula bagi perusahaan. Pihak eksternal akan memandang bahwa internal perusahaan sangat solid dan menjalankan sistem kerja yang kekeluargaan. Dengan demikian, maka kepercayaan *stakeholders* akan meningkat dan lebih mendukung setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan. Bukan hanya masyarakat awam saja yang mendukung, tetapi juga *stakeholders* inti, seperti calon investor dan investor, regulator, dan media.

Untuk penyebaran informasi sebaiknya dilakukan secara mendalam seputar perusahaan dan dilakukan secara merata, bukan hanya untuk kepala unit atau divisi, tetapi juga untuk *staff* perusahaan. Karena informasi yang merata dan cukupnya informasi yang karyawan miliki, akan menambah citra baik dari perusahaan tersebut.

U M N