



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

Praktik kerja magang penulis dilaksanakan di PT. Bank Mega, Tbk dan ditempatkan pada divisi *MegaFirst Acquisition and Portfolio* di bawah Divisi *MegaFirst Product Management*. Ketika melakukan praktik kerja magang, penulis dibimbing langsung oleh MegaFirst Acquisition and Portfolio Head, Bapak Amir Widjaya. Beliau memberikan bimbingan dalam tugas harian maupun khusus. Beliau juga bertindak mengawasi dan merevisi pelaksanaan serta hasil pekerjaan. Pada setiap kegiatan, penulis selalu mendapat pendampingan dan bimbingan pembimbing lapangan mulai dari pemberian instruksi awal, pemberian contoh sebagai panduan, serta saran-saran guna hasil kerja selanjutnya yang lebih sempurna.

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis mendapat banyak pembelajaran mulai dari persiapan dan pelaksanaan program dalam lingkup internal organisasi, bagaimana bekerja sama dengan berbagai pihak, melakukan *follow up* serta membangun relasi yang baik dengan jajaran divisi, bagian dan bidang yang berbeda-beda fungsi serta peranannya. Selain pembimbing lapangan, penulis juga mendapatkan bimbingan dari rekan kerja senior terkait pengetahuan yang bersifat *experience* yang hanya bisa didapatkan dalam praktik kerja lapangan ini. Pengetahuan yang penulis peroleh dari karyawan senior antara lain cara mengerjakan tugas yang baik dan benar sesuai dengan keinginan atasan, cara menyampaikan pesan dan informasi kepada divisi lain dan sesama karyawan agar tidak terjadi *misunderstanding* pesan, memberikan ide dan gagasan mengenai cara mengerjakan tugas yang tepat.

Di dalam mengerjakan tugas, divisi MegaFirst bekerja sama dan melakukan koordinasi dengan seluruh divisi di Bank Mega untuk menghindari kesalahan pengolahan maupun penyebaran informasi dan data, serta untuk tercapainya hasil kerja yang optimal. MegaFirst Acquisition dan Portfolio terdiri dari tiga unit yang mempunyai tugas yang berbeda-beda. Ketiga unit tersebut antara lain sebagai berikut:

a. *People Management*

Unit People Management mempunyai tugas untuk membuat dan memonitor standar layanan dan kinerja *frontliner* di MegaFirst khususnya Personal Relationship Manager (PRM) kepada nasabah MF di cabang dan non cabang.

b. *Portfolio Management*

Unit Portfolio Management mempunyai tugas membuat program dan produk untuk nasabah untuk meningkatkan total penempatan dana oleh nasabah MegaFirst.

c. *Customer Acquisition and Engagement*

Unit Customer Acquisition and Engagement mempunyai tugas untuk membuat berbagai program untuk meningkatkan nasabah baru MegaFirst dan mengatur aktivitas dengan cabang.

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis sebagian besar melakukan tugas yang ada di dalam unit bisnis People Management. Penulis juga pernah melakukan tugas yang ada di dalam unit bisnis Portfolio Management dengan membantu menyusun sebuah program baru, namun dikarenakan unit bisnis tersebut mempunyai tugas dan tanggung jawab yang besar karena berhubungan dengan angka dan data, maka penulis lebih banyak mengerjakan tugas di unit bisnis People Management yang berhubungan langsung dengan karyawan MegaFirst yang ada di kantor cabang, area, regional dan khususnya *Relationship Manager*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalankan praktik kerja magang selama kurang lebih empat bulan, penulis mendapat beragam tugas dari pembimbing lapangan. Sebagian besar pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis berhubungan dengan *internal relations* dan *internal communication*. Adapun tugas-tugas yang telah penulis kerjakan dalam divisi MegaFirst Acquisition and Portfolio adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Aktivitas praktik kerja magang

Tugas yang dilakukan	MINGGU							
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
<i>Internal Communication</i>								
<i>Internal Relations</i>								

Tugas yang dilakukan	MINGGU							
	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	XVI
<i>Internal Communication</i>								
<i>Internal Relations</i>								

3.2.1 *Internal Communication*

Komunikasi internal adalah komunikasi antara manajer dengan komunikasi yang berada di dalam organisasi, yakni para pegawai secara timbal balik. Definisi yang diberikan Onong, yang juga menyatakan bahwa komunikasi internal terbagi menjadi (Effendy, 1993:17):

a. Komunikasi Vertikal

Terdiri dari downward (komunikasi ke bawah yaitu antara pimpinan dan bawahan, dan upward (komunikasi keatas yaitu antara bawahan keatasan) secara timbal balik. Komunikasi jenis ini biasanya dilakukan dengan resmi, sopan, dan formal.

b. Komunikasi Horizontal

Adalah komunikasi yang sifatnya mendatar misalnya antara pegawai dengan pegawai yang memiliki rentang jabatan yang sama. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal lebih sering terlihat dalam hubungan yang tidak formal.

Menurut Dja'far Assegaf (1982:13) *public relations* mempunyai fungsi ganda, yakni tidak saja ditujukan kepada masyarakat umum di luar akan tetapi juga masyarakat di dalam perusahaan atau organisasi itu

sendiri. Ia dikatakan dapat berfungsi baik ke luar dan ke dalam. Usaha *public relations* ke dalam sering pula disebut *employee relations* atau *internal communication*.

Fungsi komunikasi internal antara lain sebagai berikut:

1. Mengkomunikasikan kebijakan direksi dan manajemen pada karyawan.
2. Menjelaskan perubahan kebijakan direksi dan manajemen agar karyawan memahami dasar pengambilan keputusan yang diambil.
3. Membangun jaringan komunikasi interkatif antara karyawan, manajemen dan direksi.
4. Membantu proses restrukturisasi, mulai dari sosialisasi kebijakan hingga pelatihan untuk mengurangi dampak buruk restrukturisasi.
5. Membantu peningkatan rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan
Membantu terciptanya budaya perusahaan yang sesuai dengan visi organisasi.

Ruslan (1999:256) mengatakan bahwa tujuan dari komunikasi internal adalah:

1. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam suatu organisasi/perusahaan.
2. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dengan karyawannya.
3. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijakan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi.
4. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (pimpinan).

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis membantu pelaksanaan kegiatan *internal communication* divisi MegaFirst yang antara lain :

1. Employee meeting divisi MFAP

- *Briefing* dan pemberian tugas.
- Pembahasan tugas yang telah dan belum selesai dikerjakan.

2. MegaFirst Video Conference (ViCon)

- Mengikuti ViCon bersama MegaFirst Head, Division Head, Manager dan seluruh karyawan inti MegaFirst.

3. Menulis Artikel untuk Dimuat di Majalah Internal Bank Mega

- Menulis Artikel mengenai sebuah pelatihan yang diadakan oleh MegaFirst untuk dimuat di majalah PRIDE (majalah internal Bank Mega).

4. Banner Untuk Website MegaFirst

- Memuat *banner* dengan ukuran 700x150 *pixel* untuk di muat di website internal MegaFirst yang bernama MegaFirst Info Center (MFIC).

5. Buletin Internal MegaFirst

- Menyusun isi dan konten buletin internal.
- Meminta data berupa *benefit* dan *event* terbaru untuk dimasukkan ke dalam buletin internal setiap bulannya.
- Meminta data excel dari Portfolio Management
- Mewawancarai Relationship Manager berprestasi setiap bulannya.
- Meminta foto seluruh karyawan MegaFirst seluruh Indonesia ke HRAD (Human Resources Administration).
- Membuat *cover* buletin internal.

3.2.2 Internal Relations

Internal relations menurut Cutlip & Center adalah hubungan masyarakat internal atau kepegawaian yang mempunyai arti sebagai kelompok orang-orang yang sedang bekerja disuatu perusahaan atau organisasi yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan yang dihadapinya (Ruslan, 14:2003).

Peran PR bukan hanya sekedar menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat luas, namun juga menjalin komunikasi yang sangat

baik dengan seluruh karyawan di dalam perusahaan. Perusahaan yang mampu mendapatkan keberhasilan adalah perusahaan yang didalamnya terdapat hubungan kerja yang baik antara sesama karyawan dengan atasan.

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, hubungan publik internal sama pentingnya dengan hubungan publik eksternal, karena kedua bentuk hubungan tersebut diumpamakan bagai kedua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait erat satu sama lain.

internal relations (hubungan internal) adalah kegiatan PR untuk membina hubungan dengan publik internal, seperti karyawan, para manajer, *top management*, dan para pemegang saham (*stockholders*) agar citra dan reputasi organisasi atau perusahaan tetap positif di mata publik internal. Sebagai bagian dari fungsi *public relations* yang lebih besar, tujuan dari *internal relations* adalah untuk membangun dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan karyawannya, di mana keberhasilan atau kegagalan perusahaan bergantung.

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis membantu pelaksanaan kegiatan *internal relations* divisi MegaFirst yang antara lain :

1. Employee Gathering

- Foto bersama dalam menyambut Hari Raya Idul Fitri dan diunggah untuk seluruh karyawan MegaFirst.
- Makan bersama seluruh divisi MegaFirst.
- Karaoke bersama seluruh divisi MegaFirst.

Tugas - tugas yang telah diuraikan oleh penulis di atas, sebagian besar merupakan tugas yang diberikan oleh MegaFirst *Acquisition and Portfolio Head* (Amir Widjaya) dan *People Management Specialist* (Nurul Hayani dan Welliana Ongko).

Dalam menyelesaikan tugas, penulis melakukan *briefing* secara berkala mengenai pemahaman serta cara penyelesaian tugas yang diberikan agar tugas dapat selesai dengan tepat waktu. Dengan

teamwork dan keterbukaan yang baik dari seluruh tim MegaFirst, baik tim marketing dan portfolio & acquisition, penulis mengerjakan tugas dengan maksimal.

Tabel 3.2 Tugas Praktik Kerja Magang

Kategori Tugas	Rincian Tugas
Internal Communication	1. <i>Employee Meeting</i> Divisi MFAP
	2. MegaFirst <i>Video Conference</i> (ViCon)
	3. Menulis artikel untuk dimuat di Majalah Internal Bank Mega
	4. <i>Banner</i> untuk Website Internal MegaFirst
	5. Buletin Internal MegaFirst
Internal Relations	6. <i>Employee Gathering</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

3.3.1 Internal Communication

1. Employee Meeting Divisi MFAP

Cutlip, Center dan Broom (2006:244) mengatakan, “*meeting bring people together, providing both opportunities to speak and opportunities to listen, a method of two-way communication.*” Menurut Kesrul (2004:8) *Meeting* adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan oleh sekelompok orang atau organisasi dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebarluaskan informasi terbaru, dan publikasi.

Employee meeting adalah kegiatan internal yang selalu dilakukan dan diadakan setiap hari atau tiga hari sekali sebelum memulai pekerjaan di pagi hari yang dilakukan oleh MegaFirst Acquisition and Portfolio (MFAP) Head Amir Widjaya. Di dalam *employee meeting* ada beberapa hal yang dibahas yakni berupa

pengecekan atau *review* tugas yang sudah diberikan sebelumnya, pemberian tugas baru, pembahasan mengenai hasil *performance relationship manager* dan karyawan di *branch* atau cabang, *sharing* kesulitan dalam penyelesaian tugas, sampai dengan pembahasan mengenai perkembangan program baru yang telah dibuat.

Berikut adalah uraian tugas yang telah dikerjakan oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang:

a. *Briefing* dan pemberian tugas

MFAP Head Amir Widjaya melakukan *briefing* beberapa sekali pada pagi hari sebelum bekerja dan sebelum jam kerja berakhir. Di dalam *employee meeting* ini, setiap karyawan diberikan pengarahan mengenai tugas apa saja yang harus dikerjakan dan *deadline* tugas.

Pada minggu pertama praktik kerja magang, penulis diberikan pengarahan mengenai sistem kerja dan peraturan MegaFirst. Penulis diwajibkan untuk menandatangani surat pernyataan tidak akan membocorkan data perusahaan kepada siapapun dan pihak manapun.

Setelah menandatangani surat pernyataan penulis diberikan satu folder *Sales Tools Kit* yang berisi produk, layanan, dan benefit MegaFirst. Dari folder tersebut, penulis diberikan tugas untuk membuat *summary* dalam bentuk *power point* yang mencakup ketiga hal diatas yang diperuntukkan kepada *Relationship Manager*. Tugas yang diberikan oleh MFAP Head dikerjakan selama kurang lebih satu minggu oleh penulis.

Pada minggu yang sama, penulis diberikan tugas oleh MFAP Head untuk membuat memo dinas yang berisi permintaan penambahan brosur dan amplop MegaFirst. Memo dinas atau MD tersebut ditujukan kepada Divisi Marketing Communication.

b. Pembahasan tugas yang telah dan belum selesai dikerjakan

Setiap hari sebelum berakhirnya jam kerja, MFAP Head selalu *me-review* tugas yang telah dikerjakan oleh penulis. Setiap

melakukan pembahasan pekerjaan, penulis harus mengumpulkan tugas dalam bentuk *print out* agar MFAP Head bisa meneliti letak kesalahan dalam pengerjaan tugas. Ketika tugas yang diberikan telah selesai dikerjakan, tugas akan di *print out* berwarna dan dijilid dengan rapi dan diserahkan langsung kepada pembimbing magang penulis.

Dengan adanya *employee meeting* seperti ini, penulis menyadari bahwa peran komunikasi internal sangat berpengaruh dalam menentukan kesuksesan sebuah perusahaan.

2. MegaFirst Video Conference (ViCon)

Saluran dalam komunikasi internal dalam suatu organisasi menurut Butterick (2012: 122) antara lain majalah staf, *email*, intranet, pertemuan tatap muka, *conference call*, TV internet, radio, papan pengumuman serta berbagai bahan cetak selain buletin. Salah satu cara untuk menjalin komunikasi yang seimbang di dalam internal organisasi adalah dengan menggelar pertemuan antara pimpinan dengan bawahan.

MegaFirst *Video Conference* (ViCon) termasuk kegiatan yang rutin diadakan yakni setiap satu minggu sekali. Pada minggu kedua praktik kerja magang, penulis mendapat kesempatan untuk mengikuti kegiatan yang mempertemukan seluruh *staff*, MegaFirst Division Head, MegaFirst Head, Mass Market Head, manajer dan seluruh jajaran manajemen MegaFirst di lima kota besar Indonesia melalui *video conference*. Topik yang dibahas antara lain adalah pencapaian target, rencana peluncuran program baru, dan penambahan layanan ataupun fasilitas yang bisa dinikmati nasabah MegaFirst.

Di sini, penulis mendapatkan kesempatan mengikuti ViCon bersama MegaFirst Head, MegaFirst Marketing Head, MegaFirst Acquisition Head, Mass Market Head, Funding Manager dari Jakarta 1, Jakarta 2, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Makassar. Di dalam ConCall, penulis dapat melihat secara langsung mengenai

penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan mengenai program baru yang dibuat oleh MegaFirst, dan kebijakan baru yang telah dibuat oleh direksi. Selain penyampaian pesan dari atas ke bawah, ada juga penyampaian pesan dari bawah ke atas yakni berupa komplain Funding Manager di masing-masing regional mengenai target bulanan mereka. Terlihat bahwa proses komunikasi internal pada saat ViCon berlangsung secara dua arah atau timbal balik.

3. Menulis Artikel untuk Dimuat di Majalah Internal Bank Mega

- a. Menulis Artikel mengenai sebuah pelatihan yang diadakan oleh MegaFirst untuk dimuat di majalah PRIDE (majalah internal Bank Mega).

Komunikasi di dalam sebuah perusahaan terjadi dalam bentuk verbal dan non verbal. Majalah internal merupakan salah satu alat penting bagi seorang PR untuk menjaga hubungan di dalam perusahaan agar tetap terkoneksi dengan baik. Sehingga komunikasi juga bisa berjalan lancar karena memiliki suatu pemahaman yang sama.

Dengan kata lain, penggunaan majalah internal dalam sebuah perusahaan memungkinkan setiap divisi dan departemen mengetahui informasi terbaru tentang apa saja yang terjadi di dalam perusahaan. Dan dengan demikian, setiap karyawan memiliki suatu sarana akan pemenuhan informasi dan dapat saling berkomunikasi dengan baik.

Penulis diberikan kesempatan oleh People Management Specialist, Weliiana Ongko untuk membuat sebuah artikel mengenai sebuah pelatihan atau *training* yang dibuat oleh MegaFirst untuk memperbanyak nasabah prioritas. Artikel yang dikerjakan oleh penulis berisi hampir sepuluh pertanyaan yang diajukan oleh unit kerja *Corporate Secretary*. Beberapa pertanyaan tersebut berisi mengenai apa tujuan utama dari diadakannya *training* tersebut, kapan dan dimana *training* tersebut dilaksanakan,

apa saja yang dipelajari di dalam *training* tersebut, sampai dengan siapa saja yang dapat mengikuti *training* tersebut.

Menurut Admosudirja dalam Wursanto (2006:2), *corporate secretary* bertugas dan memiliki kedudukan sebagai pimpinan pelaksana atas keputusan-keputusan Dewan Direksi atau Dewan Pimpinan Organisasi yang dalam hal ini disebut *executive secretary*. *Corporate Secretary* tidak saja melayani pimpinan organisasi melainkan juga ikut mengatur hal-hal yang menyangkut organisasi dan manajemen.

Dalam keputusan Ketua BAPEPAM tahun 1996, terdapat empat peranan dan fungsi pokok *Corporate Secretary* antara lain pertama, mengikuti perkembangan pasar modal khususnya peraturan-peraturan yang berlaku di pasar modal; kedua, memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat yang berkaitan dengan kondisi emiten atau perusahaan publik; ketiga, memberikan masukan kepada direksi dalam rangka mematuhi ketentuan UUPM dan peraturan pelaksanaannya; keempat, menjadi penghubung antara perusahaan dengan BAPEPAM dan perusahaan dengan masyarakat.

Di Bank Mega sendiri, *Corporate Secretary* merupakan sebuah unit kerja setingkat divisi yang berada di bawah koordinasi langsung dengan direktur utama. Tugas utama *Corporate Secretary* (sekretaris perusahaan) adalah sebagai penghubung antara perusahaan dengan jajaran *stakeholder* seperti otoritas pasar modal (Bapepam- LK, BEI, KSEI), pemegang saham, media massa dan pihak-pihak eksternal lainnya; menyampaikan informasi-informasi perusahaan kepada pihak-pihak eksternal melalui media laporan tahunan, *website* perusahaan, *press release* maupun media-media lainnya; melakukan *update* seluruh peraturan-peraturan pasar modal kepada jajaran manajemen dan memastikan perusahaan mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku.

Majalah PRIDE adalah majalah internal Bank Mega yang dibuat dan disusun oleh *Corporate Secretary* dan diterbitkan setiap empat bulan sekali yakni pada bulan Juni, Oktober, dan Februari. Artikel yang dibuat oleh penulis akan diterbitkan pada majalah PRIDE edisi bulan Februari 2014.

4. Banner Untuk Website MegaFirst

- a. Memuat *banner* dengan ukuran 700x150 *pixel* untuk di muat di website internal MegaFirst yang bernama MegaFirst Info Center (MFIC).

Banner adalah sebuah media promosi berupa iklan dalam bentuk hanya sekedar tulisan atau bergambar dalam ukuran tertentu yang dipasang dalam sebuah halaman website tertentu dan mengandung pranala/*link* yang akan menuntun ke halaman *website* yang dituju. Banner dapat berupa teks, teks animasi, gambar, dan biasanya memiliki format file *.JPG .PNG .GIF* dan *.SWF* atau *flash*. Tujuan dibuatnya sebuah banner di dalam website adalah untuk mempermudah orang yang mengakses berita atau informasi terbaru yang ada di dalam website.

Penulis secara rutin membuat *banner* untuk diunggah kedalam *website internal* MegaFirst yang berisi pemberitahuan mengenai update program, surat edaran, perpanjangan program, sampai dengan memo dinas terbaru. Pembuatan banner dilakukan penulis menggunakan aplikasi Adobe Photoshop. Tidak hanya membuat dan mendesain sendiri *banner* yang akan diunggah, penulis juga menggunggah sendiri *banner* yang telah dibuat. Sebelum penulis menggunggah *banner* tersebut, penulis harus mendapatkan persetujuan dari atasan ataupun karyawan senior yang meminta penulis untuk membuat banner tersebut.

Banner yang dibuat oleh penulis berupa gambar (*.JPG*) dengan posisi *banner landscape*. Ketika membuat *banner*, ukuran *banner* juga harus sesuai dengan format yang ada di dalam website

internal yang telah ditentukan oleh divisi *Information Technology*, yakni 700 x 150 *pixel*.

5. Buletin Internal MegaFirst

Media komunikasi merupakan suatu komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya atau jumlah komunikan yang banyak dan tersebar.

Komunikasi dengan menggunakan media dapat juga dikatakan sebagai komunikasi tidak langsung atau *Indirect Communication* sehingga sebagai konsekuensinya umpan baliknya (*feed back*) berlangsung secara tertunda (*delayed feed back*). Hal ini mengakibatkan komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan pada saat komunikator berkomunikasi. Oleh karena itu, dalam melancarkan komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya sehingga jadi merasa pasti bahwa komunikasinya akan berjalan sukses dan berhasil.

Kehadiran media dalam suatu proses komunikasi mempunyai beberapa fungsi terhadap berhasil tidaknya proses komunikasi tersebut, Adapun fungsi media komunikasi dalam proses penyampaian pesan atau informasi seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins dalam bukunya *Hubungan Masyarakat* adalah sebagai berikut :

1. mengefektifkan proses penyebaran berita
2. memudahkan penyebaran pesan
3. mempertegas dan memperjelas isi berita yang abstrak.
4. mempersingkat waktu dalam penyampaian informasi.
5. mengembangkan daya tarik pesan yang disampaikan.
6. sebagai alat untuk membangkitkan motivasi seseorang.

(Jefkins,1997: 57).

Dengan kata lain, penggunaan buletin internal dalam sebuah perusahaan memungkinkan setiap divisi dan departmen mengetahui apa saja yang terjadi di dalam perusahaan. Dan dengan demikian,

setiap karyawan memiliki suatu sarana akan pemenuhan informasi dan dapat saling berkomunikasi dengan baik.

Pengertian buletin secara umum menurut Widjaya adalah “Salah satu media komunikasi visual yang berbentuk kumpulan lembaran-lembaran atau buku-buku diusahakan secara teratur oleh suatu organisasi atau instansi. Dan dalam buletin dimuat pernyataan-pernyataan resmi dan singkat bagi publik.” (Widjaya 2002;83).

Pengertian buletin seperti yang tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu “Media cetak berupa selebaran atau majalah, berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga untuk sekelompok profesi tertentu.” (Kamus Besar Bahasa Indonesia; Balai Pustaka, 1990:135).

Adapun pengertian buletin yang tertera pada *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* adalah sebagai berikut : “*Buletin is official statement of news; printed sheet with official news or announcement.*” (Buletin adalah sebuah pernyataan berita resmi; lembaran cetakan yang berisi berita resmi atau pengumuman) (AS Hornby, 2000; 115).

Buletin merupakan media komunikasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan, maka secara langsung buletin memiliki fungsi khusus. Menurut Onong U. Effendy, Buletin sebagai media komunikasi berfungsi sebagai :

1. Menginformasikan (*to inform*) yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran, dan tingkah laku orang lain. Serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*) yaitu sebagai sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan
3. Mempengaruhi (*to influence*) yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya dengan cara saling

mempengaruhi jalan pikiran komunikandan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

4. Menghibur (*to entertaint*) yaitu komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain. (Effendy,1990:8)

Public Relations sebagai penyelenggara kegiatan internal perusahaan dapat menggunakan buletin sebagai sumber informasi karena buletin merupakan salah satu media intern yang berfungsi sebagai media komunikasi dengan publik internal. Yang dimaksud dengan publik internal adalah bagian dari kegiatan usaha organisasi itu sendiri. Untuk dapat menjalin hubungan dengan publik internal salah satu cara yang digunakan oleh seorang *Public Relations* adalah dengan menerbitkan buletin yang biasanya memuat tulisan atau karangan para karyawan dan laporan aktual dari kegiatan-kegiatan perusahaan seperti program terbaru, laporan kesejahteraan pegawai atau karyawan berprestasi, artikel yang berkenaan tentang perusahaan, serta ilmu pengetahuan umum yang mampu menambah wawasan para karyawannya.

Menurut Oemi Abdurachman dalam bukunya "*Dasar-Dasar Public Relations*" "Salah satu tugas dari seorang Humas adalah menyelenggarakan komunikasi yang bersifat persuasif dan informatif." (Abdurachman, 2001:32). Komunikasi persuasif dan informatif dapat dilakukan, salah satunya melalui brosur-brosur, surat-surat atau buletin. Di mana media tersebut dapat menyampaikan pesan kepada lebih orang dalam waktu yang singkat. Buletin adalah terbitan berkala yang dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan terbitan berkala ini adalah salah satu media informasi yang efektif. (Abdurachman, 2001:34).

Penulis ditugaskan oleh pembimbing lapangan untuk membuat buletin internal MegaFirst yang berisi beberapa konten seperti daftar nama cabang, area, maupun regional kantor MegaFirst dengan prestasi

terbaik (dipilih sebanyak lima besar), *profile* mengenai Relationship Manager dipilih berdasarkan pencapaian target tertinggi per bulan, peluncuran program baru MegaFirst, *event* apa saja yang telah digelar, sampai dengan benefit terbaru baru yang diperuntukkan bagi nasabah.

Dalam menyusun konten, format, serta pembuatan buletin internal, MFAP Head menugaskan MegaFirst People Management Specialist, Nurul Hayani untuk membimbing penulis. Pada awalnya, buletin internal ini sudah pernah dibuat oleh mahasiswa yang juga pernah melakukan praktik kerja magang di MegaFirst. Buletin internal edisi pertama diterbitkan pada Bulan April 2013 dengan nama buletin *MegaFirst Highlights*. Namun selanjutnya buletin internal tersebut sudah tidak pernah diterbitkan lagi sampai dengan bulan September 2013.

Akhirnya tugas membuat buletin internal pun diserahkan kepada penulis pada bulan September 2013 dan buletin internal edisi kedua pun diterbitkan pada bulan Oktober 2013. Untuk pertama kali penulis diberikan kesempatan untuk mendesain dan menyusun konten buletin. Proses pengerjaan buletin internal ini memakan waktu lebih dari dua minggu. *MegaFirst Highlights* ini dibuat menggunakan aplikasi *microsoft word* dan diterbitkan setiap bulan dalam bentuk PDF yang dapat diunggah oleh seluruh karyawan MegaFirst melalui website internal MegaFirst yakni MegaFirst Info Center (MFIC).

3.3.2 Internal Relations

1. *Employee Gathering*

Pembicaraan tatap muka secara pribadi dan langsung merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk memperlihatkan sikap terbuka antar karyawan maupun dengan atasan. Tersedianya suatu fasilitas bagi para pegawai untuk melakukan komunikasi ke pihak manajemen dan antar sesama karyawan. Maka dibuatlah berbagai kegiatan untuk menjalin hubungan yang baik antar sesama

karyawan, salah satunya adalah *employee gathering*. (Jefkins & Daniel Yadin:2004).

Employee gathering adalah sebuah kegiatan atau pertemuan yang sering dilakukan oleh Divisi MegaFirst. Di dalam *Employee gathering* ini tidak hanya dihadiri seluruh karyawan dari divisi Marketing dan Acquisition and Portfolio saja, namun juga dihadiri oleh MegaFirst Head, Linda S. Wirawan. Di dalam acara ini, semua tim berkumpul bersama untuk mengadakan pesta, acara ataupun kegiatan lainnya. Dengan mengadakan *employee gathering*, diharapkan dapat tercipta keakraban dan suasana kekeluargaan antar karyawan maupun atasan, serta dapat membentuk suatu budaya perusahaan yang harmonis dan saling memiliki.

Penulis berkesempatan mengikuti acara *employee gathering* yang diadakan oleh Divisi MegaFirst maupun MegaFirst Acquisition and Portfolio. Acara *employee gathering* dilakukan pada saat adanya karyawan baru sebagai sarana pengenalan dan keakraban masing-masing karyawan yang diadakan di Rumah Makan Ayam Goreng Suharti, buka puasa bersama seluruh divisi MegaFirst di Rumah Makan Samudra, makan bersama Divisi MFAP di Hotel Mulia, makan bersama di Rumah Makan Pondok Suryo Kebayoran Baru, sampai dengan makan bersama di Poke Sushi dalam rangka merayakan ulang tahun MegaFirst Head, Linda S. Wirawan.

3.3.3 Kendala yang Ditemukan

Adapun faktor-faktor kendala yang ditemukan penulis selama praktik kerja magang pada Divisi MegaFirst Acquisition and Portfolio (MFAP) antara lain:

1. *Employee meeting* divisi MFAP

- *Briefing* dan pemberian tugas.

Ketika *briefing* pemberian tugas oleh MFAP Head, penulis sering mengalami beberapa kendala dikarenakan pada saat atasan memberikan tugas kepada penulis, arahan berupa petunjuk

pengerjaan yang diberikan menggunakan tulisan yang tidak rapi dan hampir tidak bisa di baca. Sehingga hal tersebut menyulitkan penulis di dalam mengerjakan tugas dengan cepat dan dan maksimal.

Selain pemberian petunjuk yang tidak jelas, penulis juga mengalami kendala karena pada tugas yang diberikan tidak hanya satu atau dua di dalam jumlah yang sedikit, namun sekaligus dalam jumlah banyak dan batas waktu pengerjaan yang singkat. Sehingga hal tersebut sangat menyulitkan penulis untuk menyelesaikan tugas dengan tepat waktu.

Ketika penulis sedang mengerjakan tugas yang diberikan oleh pembimbing praktik kerja magang, selalu ada tugas tambahan yang terkadang diberikan secara mendadak di luar briefing pemberian tugas. Tugas yang diberikan secara mendadak ini biasa harus sesegera mungkin diselesaikan. Hal ini terkadang membuat penulis bingung untuk menyelesaikan tugas yang diberikan karena tugas yang diberikan di luar *briefing* harus terlebih dahulu diselesaikan dibandingkan dengan tugas yang sudah diberikan sebelumnya.

2. Buletin Internal MegaFirst

- Meminta data berupa *benefit* dan *event* terbaru untuk dimasukkan ke dalam buletin internal setiap bulannya.

Penulis mengalami kesulitan pada saat meminta data berupa benefit dan event terbaru untuk dimuat ke dalam buletin internal karena data yang diberikan Divisi Marketing MegaFirst berupa file PDF yang gambar *event* dan *benefit*-nya harus di crop manual dan tulisannya harus diketik ulang. Sehingga hal tersebut menghambat proses pengerjaan dan penyelesaian buletin internal.

- Data *excel* dari Portfolio Management.

Penulis mengalami kesulitan pada saat meminta data excel kepada pihak Portfolio Management karena data mengenai hasil

pencapaian dari seluruh Indonesia ini selesai dihitung pada minggu pertama setiap bulannya, sedangkan waktu peluncuran buletin dilaksanakan pada minggu pertama atau kedua.

Selebihnya penulis tidak mengalami kendala lain seperti cara menghitung dan mem-*filter* data regional, area, dan branch karena penulis diajari bagaimana cara menghitung dan mem-*filter* data agar tidak terjadi kesalahan atau kekeliruan pada saat memilih lima besar karyawan yang berprestasi dalam pencapaian target.

- Mewawancarai *Relationship Manager* yang berprestasi setiap bulannya.

Kendala yang dihadapi oleh penulis hampir sama dengan kendala yang penulis hadapi pada saat meminta data regional, area, dan *branch* yang berprestasi yakni data mengenai *Relation Manager* yang berprestasi selesai dihitung pada minggu pertama setiap bulannya. Padahal peluncuran buletin internal juga dilakukan pada minggu pertama atau minggu kedua.

Selain itu, kesulitan lain yang dihadapi penulis pada saat ingin menghubungi karyawan untuk diwawancarai adalah tidak adanya sarana telekomunikasi (telepon kantor) di Divisi MegaFirst. Sehingga hal tersebut menyulitkan penulis ketika hendak menghubungi karyawan berprestasi untuk diwawancarai. Namun, setelah seluruh Divisi MFAP yang berada di lantai sepuluh bergabung bersama Divisi MegaFirst Marketing (MFMA) di lantai lima, akhirnya Divisi MegaFirst mendapatkan telepon kantor untuk masing-masing sekretaris yang dapat digunakan oleh seluruh karyawan. Namun, pada saat penggunaan telepon kantor harus menggunakan *password* dan hanya diberi maksimal tiga menit waktu berbicara.

Penulis juga mengalami kesulitan pada saat menghubungi *Relationship Manager* untuk diwawancarai karena terkadang informasi kontak yang ada di daftar pegawai tidak bisa dihubungi. Padahal nomor yang dicantumkan di informasi kepegawaian adalah

nomor telepon pemberian dari kantor. Tidak hanya itu, ketika penulis hendak mewawancarai Relationship Manager yang bersangkutan, mereka tidak ingin di wawancara dan tidak ingin fotonya dimuat di buletin internal.

- Meminta foto seluruh karyawan MegaFirst seluruh Indonesia ke HRAD (Human Resources Administration).

Sulitnya mendapatkan foto pemimpin cabang, area, regional, sampai dengan personal relationship yang mulai bekerja pada awal akhir tahun 2012 dan tahun 2013 karena tidak di-*update* oleh Divisi Human Resources and Administration. Sehingga hal tersebut menghambat penulis dalam menyelesaikan buletin internal. Maksud dari permintaan seluruh foto karyawan MegaFirst mulai dari regional, area, branch, dan Relationship Manager untuk mempermudah penulis dan peserta praktik kerja magang lainnya di Divisi MegaFirst Acquisition and Portfolio pada saat mengisi konten karyawan berprestasi.

3.3.4 Solusi atas kendala yang ditemukan

Kendala-kendala yang penulis temukan selama praktik kerja magang dapat penulis atasi dengan cara-cara antara lain:

1. *Employee meeting* divisi MFAP

- *Briefing* dan pemberian tugas.

Untuk menghindari kesalahan dan tidak lengkapnya tugas yang diberikan oleh pembimbing magang, penulis merekam arahan dan tugas yang diberikan serta menulis pada saat diberikan arahan mengenai tugas yang harus dikerjakan. Setelah selesai diberikan arahan tugas, penulis mendengar ulang arahan dan melengkapi bagian yang kurang kedalam catatan yang sudah ditulis oleh penulis sebelumnya.

Untuk menyelesaikan tugas yang diberikan secara mendadak oleh pembimbing lapangan, penulis melewati jam

makan siang dan menggantinya dengan mengerjakan tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan.

2. Buletin Internal MegaFirst

- Meminta data berupa *benefit* dan *event* terbaru untuk dimasukkan ke dalam buletin internal setiap bulannya.

Untuk mempermudah dan mempercepat pekerjaan penulis, penulis meminta file ganti kedalam bentuk word atau excel sehingga penulis cukup meng-*copy file* yang sudah ada kepada Divisi MFMA dan hanya mengganti format dan bentuk tulisan. Untuk foto, penulis menggunakan pilihan *print screen* yang ada pada PC ataupun laptop.

- Data *excel* dari Portfolio Management.

Satu minggu atau tiga hari sebelum hasil pencapaian target regional, area, dan *branch* selesai dihitung, penulis meminta data yang belum selesai dihitung sebagai bahan acuan atau perkiraan untuk melihat karyawan mana saja yang kemungkinan akan menjadi karyawan berprestasi. Dari sana, penulis mulai mencari informasi kontak dan foto karyawan yang bersangkutan. Sehingga ketika penulis sudah mendapatkan data mengenai hasil perhitungan pencapaian target karyawan, penulis dapat langsung membandingkan apakah ada perbandingan yang sangat signifikan antara minggu lalu dan sekarang. Apabila terdapat beberapa perbedaan, penulis segera mencari informasi kontak dan foto karyawan yang bersangkutan. Jika tidak ada perbedaan, penulis langsung memasukkan hasil pencapaian target dan foto karyawan tersebut. Namun, hanya ada satu atau dua karyawan yang hasil perhitungannya berbeda dari minggu lalu.

- Mewawancarai *Relationship Manager* yang berprestasi setiap bulannya.

Penulis juga melakukan hal yang sama kepada tim People Management yakni meminta data yang belum selesai dihitung

yakni satu minggu atau tiga hari sebelum data tersebut selesai dihitung. Dari sana, penulis mulai mencari informasi kontak dan foto karyawan yang bersangkutan. Sehingga ketika penulis sudah mendapatkan data mengenai hasil perhitungan pencapaian target karyawan, penulis dapat langsung membandingkan apakah ada perbandingan yang sangat signifikan antara minggu lalu dan sekarang. Apabila terdapat beberapa perbedaan, penulis segera mencari informasi kontak dan foto karyawan yang bersangkutan. Jika tidak ada perbedaan, penulis langsung menghubungi karyawan tersebut untuk diwawancarai. Namun, hanya ada satu atau dua karyawan yang hasil perhitungannya yang berbeda dari minggu lalu.

- Meminta foto seluruh karyawan MegaFirst seluruh Indonesia ke HRAD (Human Resources Administration).

Untuk melengkapi foto karyawan yang tidak ada di dalam website daftar kepegawaian, penulis membuat memo dinas yang ditujukan kepada Human Resources and Administration (HRAD) untuk meminta kelengkapan foto karyawan. Selain itu, penulis juga menghubungi karyawan yang bersangkutan dengan cara menelpon, mengirim pesan singkat (SMS), dan mengirim *email* ke *email* kantor mereka untuk meminta foto menggunakan nomor telepon dan *email* karyawan People Management yang sudah dikenal oleh *Relationship Manager* yang bersangkutan.