

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis menjalankan kerja magang sebagai *Social Media & Event Officer* di PT Sabatani Global Solusindo, penulis bertanggung jawab untuk memegang peranan dalam konten media sosial dan juga perencanaan acara. Sehari-hari, penulis melaporkan pekerjaan ke Siska Nelmawati selaku supervisi. Selama periode magang Siska Nelmawati selaku supervisi banyak memberikan berikan tugas, membantu dan juga memberikan arahan. Mulai dari cara membuat desain atau penyuntingan konten media sosial perusahaan, membuat *draft* konten hingga pembuatan *caption*, dan juga dengan mengajari untuk merancang acara internal. Selama periode magang, interaksi banyak dilakukan dengan supervisi yang banyak memberikan tugas.

Tugas yang diberikan membuat draf konten untuk media sosial PT Sabatani Global Solusindo, salah satunya adalah saat acara seminar dimulai dari perancangan acara hingga dokumentasi acara yang dimana akan menjadi konten di media sosial. Selain itu saat konten akan diunggah biasanya juga akan diminta untuk membuat deskripsi dari isi konten. Melalui kegiatan magang ini, pemahaman terkait dunia kerja di bidang *Social Media & Event Officer* menjadi lebih aplikatif dan terarah.

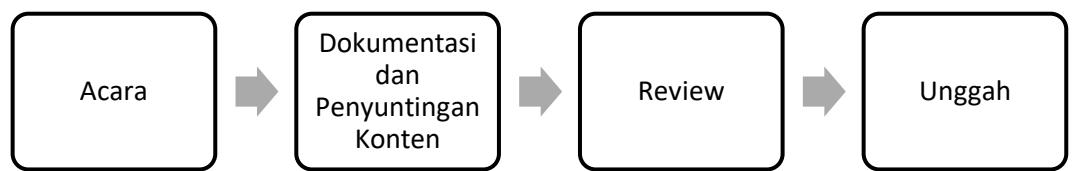
Dalam pengelolaan media sosial, *Social Media Officer* bertanggung jawab atas proses perencanaan, penyuntingan, serta distribusi konten yang sesuai dengan identitas merek perusahaan. Pulizzi (2016) menjelaskan bahwa *content marketing* merupakan pendekatan strategis yang berfokus pada penciptaan dan distribusi konten yang bernalih, relevan, dan konsisten untuk menarik serta mempertahankan audiens yang jelas. Oleh karena itu, kegiatan *content editing* menjadi penting untuk memastikan kualitas pesan, keakuratan informasi, dan kesesuaian bahasa dengan karakter audiens.

Selain itu, distribusi konten dilakukan melalui platform digital yang tepat agar pesan dapat menjangkau audiens secara optimal. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2016) menegaskan bahwa pemilihan kanal digital dan konsistensi distribusi konten merupakan faktor kunci dalam meningkatkan jangkauan dan efektivitas komunikasi pemasaran digital. Dengan demikian, Social Media Officer tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai pengelola strategi komunikasi digital.

Di sisi lain, peran Event Officer berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan event perusahaan, seperti pameran atau kegiatan promosi lainnya. Bowdin et al. (2016) menyatakan bahwa event merupakan sarana komunikasi langsung yang mampu membangun pengalaman dan interaksi antara perusahaan dengan audiens. Keterlibatan langsung ini memberikan nilai tambah karena mampu meningkatkan kepercayaan dan citra positif perusahaan.

Pengalaman langsung menghasilkan pemahaman yang jelas tentang cara menyusun *brief* konten, mengembangkan materi pemasaran, dan menyesuaikan cara berkomunikasi dengan karakter audiens. Di samping itu, pengetahuan mengenai gaya kepenulisan dalam dunia media juga menjadi pembelajaran yang diberikan terutama dalam penerapan bahasa yang cocok dengan segmentasi pembaca.

Penulis berkoordinasi langsung kepada Siska Nelmawati ketika ada tugas yang diberikan atau acara yang diselenggerakan maka disampaikan langsung kepada penulis untuk memonitoring maupun sampai ke tahap evaluasi akhir. Selama masa acara berlangsung penulis memiliki tanggung jawab untuk menjadi bagian administrasi atau panitia dokumentasi. Kemudian pekerjaan yang telah didokumentasikan penulis akan didiskusikan kembali kepada supervisi dan dilanjutkan peninjauan bersama penulis dengan *supervisor* atas hasil dokumentasi.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi
Sumber : Olahan Penulis (2025)

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah aktivitas pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja magang sebagai Social Media & Event Officer Internship pada divisi Inclusion (*Human Resource*) di PT Sabatani Global Solusindo, selama empat bulan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan

Aktivitas	Keterangan Aktivitas	Juli		Agustus			September		Oktober		
		7-16	17-28	1-8	11-15	18-26	1-12	15-30	1-10	13-17	20-27
Management Planning	Melakukan serangkaian rapat dan juga breakdown acara dan kebutuhan yang dibutuhkan untuk masing-masing PIC.										
	Menjalani minggu pameran INACOATING yang merangkap sebagai seksi konsumsi juga panitia yang memegang peranan komunikasi eksternal kepada tamu yang datang di acara pameran tersebut.										
	Rapat Evaluasi dan pengembangan untuk pameran lanjutan lainnya.										
Content Editing	Brief content, proses penyuntingan konten atas acara training yang diadakan kantor.										
	Acara Batik dan Content Plan (Merayakan menjadi peserta acara dan juga brainstorming ide dengan supervisi.)										
Administrasi	Membantu mengurus pendataan dan arsip file HRD dan juga membantu dalam kebutuhan administrasi yang diminta oleh karyawan (Surat Keterangan, dll)										

3.3 Uraian Kerja Magang

Rentang magang yang dilaksanakan dari 07 Juli – 27 Oktober 2025 kerap kali penulis membantu pembuatan dan pengelolaan konten media sosial serta mendukung persiapan dan pelaksanaan berbagai kegiatan yang dilaksanakan perusahaan. Tugas dilakukan dengan koordinasi tim agar informasi tersampaikan dengan baik dan acara berjalan lancar.

3.3.1 Management Planning (INACOATING 2025)

Selama menjalani magang di PT Sabatani Global Solusindo sebagai *Social Media & Event Officer*, penulis berkontribusi dalam rangkaian produktifitas konten hingga menjadi panitia acara. Konten yang dibuat mencakup beberapa nilai-nilai atau kultur perusahaan sebagai bentuk *awareness* kepada audiens di media sosial. Dalam prosesnya, penulis terlibat dalam berbagai aspek pengembangan acara, diskusi akan kegiatan acara, panitia selama acara berlangsung, menjadi *talent* dari konten yang ingin dibuat, penyuntingan konten, pengajuan approval kepada supervisor hingga publikasi di sosial media.

Setiap perusahaan memiliki prioritas dan timeline yang berbeda, sehingga penulis sering kali menerima *brief* acara dari supervisi *HR & GA Department* dengan tenggat waktu yang tidak terlalu panjang. Hal ini menuntut penulis untuk menjadi individu yang aktif, adaptif, serta mampu mengelola waktu secara efektif agar seluruh permintaan yang dibutuhkan dapat diselesaikan sesuai jadwal. Berikut ini adalah perincian tugas yang telah dilakukan penulis selama masa magang.

3.3.1.1 Event Distribution

INACOATING merupakan salah satu pameran industri berskala nasional yang secara konsisten diselenggarakan setiap tahun di JIEXPO Kemayoran sebagai bagian dari rangkaian pameran teknologi dan manufaktur terbesar di Indonesia. Pameran ini berfokus pada industri pelapisan (*coating*), *surface treatment*, bahan kimia industri, serta berbagai teknologi pendukung yang memiliki keterkaitan dengan sektor manufaktur, konstruksi, energi, dan pengolahan material.



Gambar 3.2 Poster INACOATING 2025
Sumber : Instagram @chemical_indonesia

Kotler (2020) menjelaskan ada tiga tahapan penting dalam kerja strategi *content marketing*, yaitu *planning*, *implementation*, dan *evaluation*. Namun, dalam pengalaman kerja magang ini penulis hanya melakukan dua tahapan awal, yaitu *planning* dan *implementation*. Tahap *evaluation* yang terstruktur tidak dilakukan karena yang menjadi tujuan utama dalam melakukan pameran di JIEXPO Kemayoran ini untuk memberikan solusi atas permasalahan industrial kepada klien secara *on the spot*. Meskipun demikian, penulis tetap melaporkan hasil performa media sosial seperti *engagement rate* dalam konten berupa laporan kepada supervisi. Allen et al. (2018), menyatakan bahwa evaluasi pasca-event merupakan tahap penting untuk menilai keberhasilan kegiatan dan menjadi dasar perbaikan strategi *event* di masa mendatang. INACOATING tidak hanya menjadi ruang untuk memamerkan produk atau layanan, tetapi juga berfungsi sebagai wadah pertukaran pengetahuan teknis melalui seminar, lokakarya, diskusi panel, dan pertemuan antarperusahaan. Keikutsertaan PT Sabatani Global

Solusindo dalam pameran INACOATING 2025 merupakan bagian dari strategi komunikasi pemasaran terpadu perusahaan untuk meningkatkan brand awareness, memperluas jejaring bisnis, serta memperkenalkan produk kepada pelaku industri coating. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa pameran dagang merupakan sarana komunikasi pemasaran yang efektif karena memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara perusahaan dan audiens sasaran, sehingga pesan produk dapat disampaikan secara lebih persuasif dan kredibel. Peserta yang hadir berasal dari beragam latar belakang, mulai dari perusahaan penyedia bahan kimia, produsen alat industri, kontraktor, akademisi, hingga lembaga penelitian. Dengan demikian, pameran ini memiliki posisi penting dalam mempertemukan berbagai pemangku kepentingan untuk mendiskusikan perkembangan teknologi, regulasi, standar kualitas, serta tren kebutuhan industri di Indonesia.

Pada tahun 2025, PT Sabatani Global Solusindo turut serta dalam pameran INACOATING sebagai bagian dari agenda perusahaan dalam memperluas hubungan profesional dan memperkenalkan lingkup kerja yang berfokus pada konstruksi mekanik, kelistrikan, dan industri kimia. Keikutsertaan perusahaan dalam pameran ini juga berkaitan dengan upaya penguatan citra korporasi di tengah persaingan industri serta kebutuhan untuk tetap mendapatkan informasi terkini mengenai perkembangan teknologi yang relevan dengan layanan perusahaan.



Gambar 3.3 *Official Exhibitor Poster PT. SGS*
Sumber : Instagram @chemical_lindonesia

Melalui partisipasi ini, penulis menjadi paham akan dari sisi perusahaan yang kerap melakukan observasi terhadap inovasi produk dan metode kerja yang sedang berkembang, sekaligus bagaimana dari pihak divisi marketing menjalin kontak dengan pelaku industri lain yang berpotensi menjadi mitra kerja atau pengguna jasa perusahaan. Dalam kegiatan ini, penulis sebagai mahasiswa magang berperan dalam beberapa tahapan yang mencakup persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi pascapameran.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

MOM Meeting Pameran Inacoating 2025				MINUTE OF MEETING			
				Venue :		Ruang Meeting Lantai 1 - PT Sabatani Global Solusindo	
ATTENDEE(S) :							
NO	NAME	TITLE/COMPANY	SIGNATURE	NO	NAME	TITLE/COMPANY	SIGNATURE
1	AQ Jaelani	General Project Manager		6	Siska	HRD	
2	Reza Putra	PIPC		7	Simon Wongso	Marketing	
3	M. Rifki Hidayat	Production		8	Vina	Intern	
4	Anjar	Engineering					
5	Jenia	MKT					
DESCRIPTION OF MINUTES:							
DESCRIPTION		PIC	DUE DATE	REMARKS / NOTES			
1	Acara Pameran Inacoating Show	SGS	29-31 Juli 2025	29 Juli s/d 31 Juli 2025			
2	Lokasi Booth B1C2-01	SGS	29-31 Juli 2025	Hall B1 JI Expo Kemayoran			
3	Struktur Organisasi	SGS	04 Juli 2025	<p>Dewan Pengarah : - Bapak P Gunarto - Ibu Florenzia Beatrik SGZ</p> <p>Ketua : - Frans Sudarmono</p> <p>Sekretaris : - Jenia Adelia</p> <p>Bendahara : - Willy Sinardi - Siska</p> <p>Seksi Perlengkapan : - Anjar Septalji - Wachyuri</p> <p>Seksi Konsumsi : - Davina Risqi</p> <p>Seksi Logistik : - Reza Putra - M. Rifki H.</p> <p>Seksi Acara : - AQ Jaelani - Simon Wongso - Fajar Indri Yanto</p>			
4	Panitia Stand by di Pameran	SGS	29-31 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - P. Gunarto - AQ Jaelani - Frans - Simon W. - Jenia - Fajar - Wahyu - Ridwan / Mulyanto (SRC) 			

Gambar 3.4 Minutes of Meeting Pameran
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada tahap persiapan, penulis mengikuti sejumlah rapat internal yang membahas strategi keikutsertaan perusahaan, mulai dari penentuan konsep stan, pemilihan materi informasi, penyusunan kebutuhan logistik, hingga pengelompokan dokumentasi teknis yang akan ditampilkan. Penulis turut membantu menghimpun data terkait profil perusahaan, deskripsi layanan, serta portofolio pekerjaan yang kemudian digunakan sebagai bahan untuk poster, brosur, dan materi display digital. Selain itu, penulis juga terlibat dalam penyiapan komunikasi internal antarbagian, terutama dalam memastikan bahwa seluruh kebutuhan pameran dapat dipenuhi sesuai waktu yang telah ditetapkan.

Jadwal Panitia Pameran		
No.	Selasa	Dresscode
1	P. Gunarto	- Kemeja Lengan Panjang 01
2	Adi Jaelani	garis biru
3	Frans Sudarmono	- Dasi
4	Simon Wongso	
5	Wachyuri Aziz	
6	Fajar Indri Yanto	
7	Jenia	
8	Ridwan (SRC)	
9	Mulyantoro (SRC)	
10	Tobi	
11	Arifin	
12	Anjuk / Tri	
13	Vina	

Jadwal Panitia Pameran		
No.	Rabu	Dresscode
1	P. Gunarto	- Kemeja Lengan Panjang 02
2	AQ Jaelani	Army
3	Frans Sudarmono	- Dasi
4	Simon Wongso	
5	Wachyuri Aziz	
6	Fajar Indri Yanto	
7	Jenia	
8	Ridwan (SRC)	
9	Mulyantoro (SRC)	
10	Tobi	
11	Arifin	
12	Srikha	
13	Vina	

Jadwal Panitia Pameran		
No.	Kamis	Dresscode
1	P. Gunarto	- Batik bebas
2	AQ Jaelani	- Celana Bahan Hitam
3	Frans Sudarmono	
4	Simon Wongso	
5	Wachyuri Aziz	
6	Fajar Indri Yanto	
7	Jenia	
8	Ridwan (SRC)	
9	Mulyantoro (SRC)	
10	Tobi	
11	Arifin	
12	Srikha	
13	Vina	
14	Rozia	
15	Riki	

Gambar 3.5 Panitia Pameran INACOATING 2025 PT. SGS

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada tahap pelaksanaan pameran, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam operasional kegiatan di stan perusahaan. Tugas yang dilaksanakan meliputi membantu penataan stan, menyiapkan materi display, memastikan kelengkapan perangkat presentasi, serta mendampingi tim dalam memberikan informasi kepada pengunjung. Penulis juga melakukan pencatatan data pengunjung, termasuk kontak, kebutuhan, dan minat mereka terhadap layanan perusahaan, yang kemudian menjadi bahan tindak lanjut setelah kegiatan berakhir. Selama kegiatan berlangsung, penulis memperoleh pengalaman mengenai bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan pihak eksternal, menjelaskan ruang lingkup pekerjaan secara profesional, dan menyesuaikan pesan dengan kebutuhan pengunjung yang berasal dari latar belakang industri yang berbeda.

Setelah pameran berakhir, penulis ikut terlibat dalam penyusunan evaluasi internal yang dilakukan untuk mengukur efektivitas partisipasi perusahaan pada INACOATING 2025. Evaluasi mencakup analisis data pengunjung, peninjauan kualitas materi informasi, identifikasi potensi kerja sama, serta penilaian efektivitas strategi komunikasi yang digunakan sepanjang kegiatan. Proses ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya dokumentasi data dalam kegiatan pameran industri serta bagaimana perusahaan

menggunakan hasil evaluasi sebagai dasar untuk perbaikan pada kegiatan serupa di masa mendatang. Keterlibatan dalam seluruh rangkaian kegiatan pameran ini memberikan pengalaman komprehensif bagi penulis mengenai manajemen acara berskala besar.

3.3.2 Content Planning and Distribution

Setiap perusahaan memiliki prioritas dan timeline yang berbeda, sehingga penulis sering kali menerima *brief* acara dari supervisi *HR & GA Department* dengan tenggat waktu yang tidak terlalu panjang. Hal ini menuntut penulis untuk menjadi individu yang aktif, adaptif, serta mampu mengelola waktu secara efektif agar seluruh permintaan yang dibutuhkan dapat diselesaikan sesuai jadwal. Berikut ini adalah perincian tugas yang telah dilakukan penulis selama masa magang.

3.3.1.2 Content Editing (Training & Event)

Selama masa magang, penulis juga mendapatkan tugas untuk mengerjakan proyek pembuatan dan penyuntingan konten video yang digunakan sebagai materi pelatihan bagi karyawan baru pada agenda internal yang diselenggarakan oleh Divisi Human Resource Development (HRD) perusahaan. Proyek ini bertujuan untuk menyediakan materi visual yang informatif, sistematis, dan mudah dipahami sehingga dapat mendukung proses orientasi awal bagi karyawan baru dalam memahami budaya kerja, prosedur operasional, serta alur komunikasi internal perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.6 Content Editing & Training Event PT. SGS
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Dalam pelaksanaannya, penulis bertanggung jawab untuk mengumpulkan bahan video yang relevan, termasuk dokumentasi kegiatan perusahaan, wawancara singkat dengan perwakilan divisi, serta cuplikan proses kerja di lapangan yang masih sesuai dengan standar kerahasiaan perusahaan. Setelah seluruh materi terkumpul, penulis melakukan proses penyuntingan menggunakan perangkat lunak pengolah video, yang meliputi penataan urutan visual, penyesuaian audio, penambahan teks informatif, serta penyusunan alur narasi agar keseluruhan konten dapat disampaikan secara runtut dan mudah dipahami oleh audiens.



Gambar 3.7 Employee Training Event PT. SGS
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Selain menyelesaikan aspek teknis penyuntingan, penulis juga berkoordinasi secara berkala dengan tim HRD untuk menyesuaikan isi materi dengan kebutuhan pelatihan yang telah direncanakan. Koordinasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh informasi yang ditampilkan dalam video konsisten dengan kebijakan perusahaan serta relevan dengan kebutuhan orientasi karyawan baru. Dalam tahap finalisasi, penulis melakukan peninjauan ulang terhadap keseluruhan konten guna memastikan bahwa visual, narasi, dan audio telah selaras, serta melakukan revisi sesuai umpan balik dari tim HRD. Penulis memperoleh pengalaman mengenai bagaimana proses produksi konten internal perusahaan dijalankan, termasuk bagaimana standar komunikasi visual diterapkan untuk tujuan edukatif sebagaimana menurut Rustan (2017) menyatakan bahwa komunikasi visual yang efektif harus memperhatikan prinsip desain seperti kesatuhan, keseimbangan, dan keterbacaan agar pesan edukatif dapat tersampaikan secara optimal. Dengan demikian, penerapan standar komunikasi visual tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga berfungsi sebagai alat edukasi yang mendukung penyampaian informasi secara akurat dan bertanggung jawab.

3.3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan tugas sebagai *Social Media & Event Officer* di PT Sabatani Global Solusindo, penulis menghadapi beberapa kendala selama masa magang berlangsung.

1. Penulis masih perlu beradaptasi dengan karakteristik produk kimia yang memerlukan pemahaman teknis agar informasi yang disampaikan melalui konten dapat tepat dan sesuai. Hal ini menyebabkan proses penyusunan materi konten memerlukan waktu lebih lama karena harus melalui tahap verifikasi dengan tim terkait.
2. Koordinasi antar divisi dalam persiapan event terkadang mengalami keterlambatan, sehingga penyesuaian jadwal dan kebutuhan

kegiatan harus dilakukan dalam waktu yang relatif singkat dan menjadikan kegiatan yang sudah dirancang mengalami revisi dalam waktu yang relatif singkat. Kondisi tersebut menuntut penulis untuk lebih sigap dalam mengelola waktu dan komunikasi.

3. Keterbatasan referensi visual yang sesuai dengan standar perusahaan juga menjadi tantangan dalam proses pembuatan konten, sehingga diperlukan kreativitas tambahan dalam mengolah dan menyesuaikan materi. Meskipun demikian, kendala-kendala tersebut menjadi bagian dari proses pembelajaran dan meningkatkan kemampuan penulis dalam beradaptasi, berkomunikasi, serta bekerja secara kolaboratif.

3.3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis melakukan sejumlah upaya dan penyesuaian agar pekerjaan tetap dapat berjalan dengan baik serta tujuan kegiatan dapat tercapai secara optimal. Upaya tersebut dilakukan melalui peningkatan pemahaman teknis, pengelolaan komunikasi yang lebih efektif, serta pengembangan kreativitas dalam pelaksanaan tugas. Cara penulis untuk mengatasi kendala dengan beberapa hal komplikasi di dalamnya yaitu :

1. Penulis mencoba mengajukan proposal untuk diadakannya pelatihan bulanan dalam memahami produk kimia, penulis melakukan konsultasi rutin dengan tim teknis dan mempelajari materi pendukung seperti katalog produk, spesifikasi, serta contoh aplikasi di lapangan. Hal ini membantu penulis meningkatkan pemahaman sehingga penyusunan konten dapat dilakukan lebih tepat dan efisien.
2. Dalam hal koordinasi acara, penulis berupaya memperbaiki alur komunikasi dengan membuat daftar kebutuhan kegiatan secara terstruktur, menetapkan jadwal internal yang jelas, serta melakukan *follow up* berkala kepada setiap pihak terkait yang dimana rutin mengadakan rapat mingguan agar memastikan bahwa keinginan

yang dibutuhkan dan dibicarakan sebelumnya tidak ada perubahan yang signifikan. Langkah ini membantu meminimalkan keterlambatan dan mempermudah sinkronisasi jadwal.

3. Untuk mengatasi keterbatasan referensi visual, penulis mencari referensi tambahan melalui sumber legal yang relevan diharapkan akan bisa membantu mengembangkan dan menambah wawasan bagi para pemagang lainnya setelah serta mengembangkan desain dengan menyesuaikan identitas visual perusahaan. Selain itu, penulis menggunakan software desain yang telah tersedia untuk meningkatkan kualitas materi konten.

