

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Di masa yang sudah modern seperti sekarang ini sudah banyak orang – orang, hingga setiap perusahaan yang menggunakan sosial media untuk mendapatkan informasi terbaru. Banyak platform media sosial yang bisa di manfaatkan untuk mendapatkan informasi – informasi terbaru, platform seperti sosial media Instagram, TikTok yang biasa digunakan untuk melihat hal – hal yang sedang *trending* di dunia maya ini. Di samping itu terdapat juga situs – situs media massa untuk mendapatkan informasi – informasi terbaru, terkhususnya pada perusahaan PT. Federal International Finance sangat besar kemungkinannya untuk mendapatkan pemberitaan dan isu – isu *negative* yang terjadi di kalangan masyarakat.

Semasa waktu Kerja Profesi yang diberikan selama tiga bulan, praktikan mempunyai kesempatan untuk bisa mengetahui bagaimana dunia pekerjaan serta kegiatan pada divisi *corporate communicationss*. Maka dari itu, praktikan perlu untuk bisa membentuk dan menjaga sebuah hubungan yang baik dan efektif, seperti menjalin sebuah hubungan baik terhadap pihak internal maupun dengan pihak eksternal. Pada kesempatan ini, praktikan melakukan aktivitas utama sebagai *corporate communications*.

Corporate Communicationss Officer merupakan seseorang yang mempunyai sebuah tanggung jawab supaya bisa menciptakan rencana terhadap komunikasi perusahaan yang tepat terhadap pihak internal maupun pihak eksternal untuk perkembangan perusahaan. Maka dari itu, seperti halnya seorang *corporate communications officer* dituntut harus bisa untuk memiliki sebuah keterampilan, yang terutama pada bidang komunikasi kemudian dari segi penyampaian informasi dan mendapatkan informasi, dan dalam mencapai target nya. Komunikasi internal itu dapat terdiri dari menjalin sinergi dan membangun komunikasi dengan para karyawan serta para pemimpin perusahaan, selain itu kalau komunikasi eksternal itu dapat terdiri dari melakukan komunikasi dengan perusahaan lain, kemudian kepada para klien, kemudian kepada para konsumen,

dan juga kepada rekan – rekan media, serta kepada setiap *stakeholders* dan juga dengan masyarakat – masyarakat. (Hastuti, Kelas.work, 2023).

Corporate Communications merupakan sebuah bagian yang sudah mencakup keseluruhan organisasi. *Corporate Communications* merupakan sebuah pesan yang dibuat dari perusahaan, Lembaga, hingga dari karyawan yang tujuannya untuk publik. Publiknya ini bisa mencakup dari internal yang terdiri dari para karyawan, stakeholder, hingga para pemegang saham, maupun dari pihak eksternal seperti para konsumen, mitra, media, hingga pemerintah mempunyai peran untuk mengontrol serta menyusun dari bentuk – bentuk komunikasi terbaik yang memerlukan dari pihak internal maupun pihak eksternal pada perusahaan.

Kemudian untuk seorang *corporate communications* harus bisa menjaga sebuah kepercayaan dari seluruh pihak yang sudah menjalin kerja sama dengan perusahaan yang dimana menjadi tempat untuk bekerja. Cara untuk membangun komunikasi sebuah kepercayaan adalah dengan menjalin suatu komunikasi yang baik dan juga memberikan berita – berita yang positif. Tujuan dari *corporate communications* untuk menciptakan sebuah profil perusahaan yang baik dan bagus terhadap publik, kemudian harus bisa menyesuaikan integritas perusahaan dengan layanan bisnis pada perusahaan yang sudah buat, supaya tidak menebarkan reputasi yang buruk untuk perusahaan. Menghasilkan divisi yang mempunyai kendali untuk membuat berbagai rencana, taktik, serta berbagai bentuk komunikasi untuk perusahaan. *Corporate Communications* harus bisa memberikan tindak dukungan yang baik kepada setiap pihak internal maupun pihak eksternal dengan memperhatikan fungsi – fungsi sebagai berikut (Hastuti, Kelas.work, 2023).

1. Mempertahankan Reputasi Perusahaan: yaitu seorang *corporate communicationss* perlu untuk memberitahukan sebuah nilai – nilai perusahaan dan juga segala informasi perusahaan kepada para publik untuk menciptakan dan menjaga sebuah reputasi yang tetap baik.
2. Menghasilkan cara komunikasi untuk Internal dan Eksternal: *Corporate Communications* mempunyai tugas untuk menghasilkan cara dalam berkomunikasi untuk Internal untuk tetap bisa menjalin komunikasi yang efektif dan melibatkan seluruh pihak internal. Dan dalam lingkup eksternal seorang *corporate communicationss* harus bisa menghasilkan cara dalam

komunikasi yang tepat karena lingkupnya eksternal dan untuk menyampaikan serta memperkenalkan perusahaan kepada publik.

3. Ikut terlibat dalam krisis: Ketika perusahaan sedang menghadapi krisis maka *corporate communicationss* harus ikut terlibat dalam menyelesaikan krisis tersebut. Aksi yang harus dilakukan harus tepat dan sesuai agar tetap bisa menyelesaikan krisis tersebut dan tetap mempertahankan reputasi perusahaan.

Pada sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang bisnis layanan pembiayaan pastinya akan mempunyai perhatian penuh terhadap sisi pelayanan, reputasi perusahaan, serta kepuasan para pelanggan. Perusahaan harus bisa untuk selalu menjaga serta memperhatikan komunikasi yang baik dan juga efektif untuk bisa memperbaiki serta memperkuat dari setiap aktivitas layanan yang bisa meningkatkan kepuasan para pelanggan, serta pemberitaan – pemberitaan pada media - media. Maka dari itu, pentingnya untuk *corporate communications officer* harus bisa mempunyai sebuah keahlian untuk bisa mengatasi berita – berita negatif terhadap perusahaan, serta menjalin hubungan yang baik kepada para rekan – rekan jurnalis.

Corporate communications officer mempunyai sebuah tugas untuk bisa dapat memecahkan dan menyelesaikan sebuah permasalahan / sebuah isu – isu negatif yang terjadi di kalangan masyarakat dan kalangan media terhadap sebuah perusahaan tersebut. Di samping itu, untuk sebagai *corporate communications officer* diharuskan untuk bisa jadi seorang komunikator yang baik dan bisa menjalin komunikasi yang baik yang nantinya bisa mempermudah untuk mendapatkan perhatian dari rekan – rekan media. Selain itu terdapat juga digital communications yang dimana digital communication itu bisa memberikan kemudahan untuk bisa mengakses ke banyak orang yang berada di social media perusahaan itu (Aleksandra Gnach, 2023). Ketika melakukan pekerjaan menjadi *corporate communications* praktikan mempunyai pekerjaan seperti berikut.

3.1.1 Corporate Communications

Corporate communicationss merupakan salah satu divisi yang mempunyai peranan krusial pada sebuah perusahaan yang di dalamnya terdapat Internal *Communicatios*, *External Communicationss*, *Digital Communicationss*.

Komunikasi internal merupakan sebuah seseorang yang mampu untuk mengembangkan serta membuat strategi – strategi di dalam sebuah organisasi perusahaan agar seluruh informasi yang dibuat dan sudah dirancang bisa tersampaikan dengan jelas dan baik kepada seluruh karyawan perusahaan.

Tujuan dari komunikasi internal adalah untuk jadi wadah untuk bisa memberikan seluruh informasi – informasi antara para pimpinan, departemen, hingga ke karyawan (Lumapps, 2023). Ada beberapa hal yang membuat kenapa komunikasi internal penting:

1. Menjaga setiap karyawan agar mendapat informasi
Seorang komunikasi internal mempunyai peranan penting untuk bisa menjaga dan memastikan setiap karyawan yang mulai dari jabatan tertinggi hingga ke karyawan agar seluruh karyawan yang ada di perusahaan mengetahui informasi – informasi yang sesuai dan sama.
2. Meningkatkan partisipasi
Seluruh karyawan yang berada pada perusahaan harus tetap ikut setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang nantinya akan berdampak baik kepada karyawan karena akan membuat seluruh karyawan jadi meningkatkan kinerja, bisa membuat setiap karyawan lebih produktif.
3. Memberitahukan Nilai – nilai perusahaan
Untuk bisa memanfaatkan dan mengembangkan nilai dari perusahaan kepada seluruh karyawan.

Selain Internal *Communicationss*, terdapat juga Eksternal *Communicationss* yang dimana Eksternal *Communicationss* adalah sebuah jalinan komunikasi yang bisa dilakukan antara pihak perusahaan dengan pihak luar seperti contohnya para konsumen dari perusahaan, investor, hingga klien. Pada eksternal komunikasi mempunyai berbagai cara untuk bisa menjalin komunikasi terhadap pihak luar untuk menjalin komunikasi dan memperkuat reputasi perusahaan (Karunia, 2022) dengan cara:

1. *Press Gathering*
Press gathering adalah sebuah cara untuk menjalin relasi dengan para rekan – rekan wartawan agar bisa menyebarkan informasi terkait perusahaan.
2. Publikasi

Perusahaan bisa memanfaatkan sebuah platform media sosial untuk bisa memberikan berita – berita terbaru dengan jangkauan yang lebih luas seperti contohnya menggunakan brosur, poster, majalah, dan *press release*

Oleh karena itu seorang *corporate communicationss* harus mempunyai *skills* yang mumpuni seperti (University, 2024):

1. *Copywriting*

Merupakan sebuah proses menulis sebuah materi yang mempunyai tujuan untuk sebuah pemasaran maupun isi kontennya untuk mempersuasi masyarakat yang nantinya orang tersebut bisa melakukan sebuah aksi seperti mencari tau terkait informasi tersebut, mengajak teman untuk membeli.

2. *Public Speaking*

Merupakan sebuah salah satu keahlian yang harus dimiliki oleh *corporate communicationss* karena nantinya harus bisa berkomunikasi di depan khalayak umum dengan harus memperhatikan pilihan kata – kata yang sesuai dan tepat, harus bisa menggunakan *body language* seperti gerakan badan, ekspresi wajah, pergerakan mata.

3. Analisis Data

Harus bisa menganalisis data karena sebuah perusahaan akan mempunyai data – data terkait perusahaan yang berfungsi untuk membuat strategi komunikasi yang baik dan benar

4. Pemikiran Kritis

Seorang *corporate communicationss* harus mempunyai pikiran kritis agar bisa menyiapkan langkah – langkah yang tepat ketika perusahaan terkena krisis.

Dari penjelasan di atas menunjukkan beberapa *skill* yang harus dimiliki seorang *Corporate communicationss* karena nantinya akan berhadapan dengan krisis perusahaan dan bertanggung jawab atas reputasi perusahaan. Di dalam divisi *Corporate communicationss* pada PT Federal International Finance terdapat pembagian divisi lagi seperti *Internal Communicationss*, *Eksternal Communicationss*, *Digital Communicationss* yang memiliki fokus dan *jobdesk* berbeda – beda.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Ketika melakukan kegiatan kerja profesi di PT Federal International Finance, praktikan dikasih kesempatan untuk membantu divisi dan perusahaan tempat praktikan melakukan kerja profesi jika ada kendala yang sedang dihadapi. Saat praktikan melakukan kerja profesi yang ditemani oleh pembimbing, praktikan juga ikut membantu setiap kewajiban dan kebutuhan seputar *corporate communications*.

Jika ada sebuah berita negatif yang mengatasnamakan atau ditujukan untuk perusahaan, maka praktikan ikut membantu dengan cara membuat *press release*, dan merancang sebuah *campaign* yang akan dilakukan oleh perusahaan. Tugas utama yang dilakukan oleh praktikan ketika melakukan kerja profesi adalah membuat sebuah *press release*, kemudian membuat *calender of support corporate communications*, kemudian menjadi *support* dalam sebuah *project*.

Selain dari tugas – tugas utama yang diberikan, praktikan juga mendapatkan tugas untuk bisa menghadiri salah satu program CSR dengan datang ke Kampung Berseri Astra binaan FIFGROUP dengan mengikuti berbagai kegiatan serta berbagai program – program yang dilakukan oleh masing – masing divisi.

3.2.1 Aktivitas *Corporate Communications*

Sebagai seorang *Corporate communicationss*, tugas utama ini menjadikan praktikan ikut terlibat untuk melakukan pekerjaan yang ada pada divisi *Corporate communicationss* seperti membuat sebuah *press release*, membuat sebuah *calender of event*, dan juga berkesempatan untuk menjadi *support* pada sebuah kegiatan *corporate guardian area forum*.

3.2.1.1 Membuat *Press release*

Praktikan diminta untuk membuat sebuah *press release* ketika sebuah perusahaan sedang menerima kasus – kasus / pemberitaan negatif. Selain perusahaan mendapatkan pemberitaan negatif, praktikan juga diminta buat *press release* ketika perusahaan atau divisi *Corporate Communications* mendapatkan penghargaan dan ketika divisi *Corporate Communications* ingin *support* divisi lain seperti divisi CSR, *Sustainability*, EHS, ketika divisi tersebut ingin mengadakan

sebuah *Project* maka divisi *Corporate Communications* ikut mensupport dalam bentuk pembuatan *press release* ataupun *speech*.

Supaya praktikan bisa menyelesaikan tugas ini maka praktikan menanyakan ke divisi lain jika *press release* diminta buat untuk bentuk support divisi lain terkait informasi - informasi untuk bisa dijadikan bahan materi untuk membuat *press release* tersebut. Jika praktikan diminta untuk buat *press release* terkait sebuah awarding yang diterima dari divisi *Corporate Communications* hingga awarding sebuah perusahaan maka praktikan meminta bahan materi kepada mentor atau para karyawan divisi *Corporate Communications* yang lain.



Gambar 3.1 Press Release
Sumber: Dok. Internal Praktikan

Kemudian jikalau praktikan diminta untuk membuat *press release* ketika perusahaan mendapatkan sebuah pemberitaan negatif maka praktikan berusaha untuk meminta informasi – informasi kepada mentor dan karyawan divisi *Corporate Communications* serta ketika praktikan sudah mendapatkan informasi – informasi terkait pemberitaan tersebut selain itu praktikan juga mencari informasi – informasi tambahan melalui *google* dengan mencari berita – berita pada beberapa website yang memberitakan pemberitaan tersebut. Tujuannya dibuat *press release* itu adalah untuk melakukan sebuah publikasi dengan memanfaatkan platform media massa cetak seperti surat kabar serta majalah serta dengan media massa elektronik seperti televisi serta radio.

Ketika ingin membuat sebuah *press release* maka perlu memperhatikan beberapa hal dan urutan yang sudah ada sebelumnya, hal – hal yang perlu diperhatikan dalam penulisan *press release* adalah struktur nya yang seperti Piramida Terbalik. (Iswandi, 2019). Selain harus memperhatikan struktur nya yang seperti Piramida Terbalik harus juga bisa memperhatikan urutan – urutan dalam penulisan *press release* seperti:

1. Yang pertama dan yang paling atas adalah adanya sebuah *Head line* / Judul berita. Hal yang paling pertama dan yang harus diperhatikan ketika ingin membuat sebuah *Press release* ialah judul dari *press release* itu sendiri. Ketika ingin membuat sebuah *press release* hal yang paling utama adalah membuat judul, dan dalam membuat judul harus bisa yang menarik agar bisa menarik minat para pembaca hingga para media untuk membaca seluruh isi *press release*. Disamping itu ketika membuat judul harus membuat yang menarik harus bisa juga membuat judul yang simple tetapi seluruh isi konten dari *press release* itu harus sudah bisa ada dan dimengerti pada judul tersebut.
2. Kemudian dibawah nya itu harus ada Lead yaitu salah satu komponen yang sangat penting untuk diperhatikan. Lead dalam *press release* mempunyai tujuan untuk sebagai bagian pembuka sebuah berita yang bisa menampilkan gambaran secara singkat terhadap informasi – informasi yang bisa disampaikan. Oleh sebab itu biasanya penempatan dari lead itu sendiri ada di bagian atas atau paragraph awal pada *press release*. Disaat ingin menulis lead, harus bisa menggunakan subjek yang sudah mencakup unsur 5W+1H dan harus bisa menuliskan informasi – informasi secara singkat, mudah dimengerti, padat.
3. Kemudian setelah adanya lead, terdapat juga Brige yang dimana fungsinya masih hamper sama dengan lead. Fungsi dari Bridge yaitu untuk bisa menjadi jembatan atau kalimat untuk menambahkan dan menjebatani informasi – informasi yang masih kurang di bagian lead.
4. Setelah itu ada bagian Body yang dimana ketika ingin membuat *press release* dengan menggunakan metode Piramida Terbalik itu sudah sangat efektif ketika ingin membuat isi dari sebuah *press release*. Dengan menggunakan metode Piramida Terbalik ini harus memperhatikan penempatan informasi yang mulai dari informasi paling penting yang berada di bagian atas atau paragraph awal kemudian paragraph paling bawah nya itu bisa diisikan informasi yang kurang penting. Ketika ingin membuat sebuah *press release* harus bisa memperhatikan aspek – aspek yang bisa ditambah seperti waktu, kemudian di bagian atas ada keterangan tanggal pembuatan, serta informasi - informasi terkait kontak perusahaan

pada bagian akhir (News, 2023). Penulisan nya bisa menggunakan unsur 5W+1H seperti.

What : apa informasi menarik yang bisa ditulis pada *press release*

Who : Siapa saja yang terlibat di dalam pemberitaan tersebut

When : Kapan terjadinya kasus pemberitaan tersebut

Where : Dimana letak lokasi tempat / peristiwa kejadian kasus – kasus tersebut

Why : Kenapa kasus – kasus itu bisa terjadi

How : Bagaimana perusahaan tersebut bisa menangani kasus – kasus tersebut.

Press release pada perusahaan sangat penting dikarenakan setiap perusahaan pasti mempunyai sebuah public internal yang terdiri dari para karyawan, pimpinan, kemudian bisa juga termasuk investor hingga dengan para CEO (Chief Executive Officer) serta mempunyai public eksternal yang terdiri dari masyarakat, media, hingga pemerintah. (Iswandi, 2019).

Disaat pertama kali masuk kedalam Perusahaan PT Federal International Finance praktikan sudah diminta untuk membuat sebuah *press release* sebagai salah satu tugas wajib bagi divisi *corporate communicationss* dan juga harus melakukan riset – riset terkait kasus atau topik apa yang mau di angkat dalam *press release* tersebut, dikarenakan tujuannya nanti adalah untuk mempermudah praktikan mendapatkan dan mengumpulkan data – data untuk membuat sebuah *press release* tersebut.

Kemudian setelah melakukan riset dan bertanya kepada officer corcomm atau officer lain maka praktikan langsung menyoba untuk membuat *press release* tersebut kemudian setelah praktikan selesai dalam membuat *press release* maka praktikan meminta asistensi kepada officer corcomm untuk menanyakan apakah ada yang kurang atau tidak. Setelah itu, praktikan diminta untuk menghadap ke Departement Head *Corporate communicationss* untuk melakukan asistensi agar tidak ada informasi – informasi yang belum dimasukan dan jika ada penambahan informasi lagi. Praktikan sebelumnya sudah pernah belajar membuat sebuah *press release* di kampus dengan mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat sehingga ketika diminta untuk membuat *press release* sebenarnya bukan hal yang baru lagi untuk praktikan. Tetapi ada sedikit yang membedakan antara materi dalam

membuat *press release* di mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat dengan *press release* yang dibuat pada perusahaan.

Press release yang di ajarkan pada mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat tersebut bahwa *press release* hanya satu halaman saja, tetapi di perusahaan praktikan membuat *press release* lebih dari satu halaman saja. Hal itu yang membedakan dan membuat praktikan awalnya sedikit bingung dan kesusahan karena yang di ajarkan pada mata kuliah tersebut hanya singkat saja, tetapi realita nya adalah *press release* di kantor ada yang melebihi dari satu halaman. Praktikan diminta untuk membuat *press release* ketika sebuah perusahaan sedang mengalami kasus, berita negative, dan juga memenangkan sebuah penghargaan baik atas nama perusahaan hingga atas nama divisi – divisi dan juga penghargaan untuk para direktur – direktur.

Selama praktikan menjalankan kerja profesi selama 3 bulan ini, praktikan sudah berhasil membuat *press release* yang diminta untuk buat dari divisi *Corporate communicationss* sebanyak 13 *press release*. Yang terdiri dari *press release* untuk awarding perusahaan, awarding divisi, hingga perusahaan sedang menghadapi kasus atau berii negative.

Press release yang paling sering dibuat oleh praktikan adalah ketika perusahaan sedang mengadakan kegiatan – kegiatan yang dikhsuskan untuk mempromosikan berbagai portofolio nya, kemudian praktikan pernah membuat *press release* terkait pengkasusan yang terjadi pada kalangan masyarakat dan terkait berita negative serta tentang awarding – awarding seperti HR College, Awarding SWA, kemudian terkait workshop UMKM.

3.2.1.2 Membuat *Calendar of Event Support*

Selama praktikan melaksanakan kerja profesi dengan durasi 3 bulan pada PT Federal International Finance ini, selain tugas *press release* yang diberikan oleh mentor terdapat tugas lain yang diberikan yaitu membuat sebuah calender of *event support*. Calender of *event support* ini merupakan hal yang penting untuk dilakukan pada divisi *corporate communicationss* karena untuk menjadi bahan acuan divisi corcomm untuk divisi lain yang membutuhkan support corcomm. Pada Calender of *Event Support* ini berisikan tabel dengan durasi per satu bulan yang nantinya praktikan diminta untuk ke divisi Environment Health Safety and Social Responsibility (EHSSR), *Corporate Social Responsibility* (CSR), Sustainability.

Semasa praktikkan melakukan kerja profesi, praktikkan ditugaskan untuk menanyakan setiap divisi apakah ada kegiatan yang akan dilakukan pada bulan Agustus, September, Oktober dan ketika praktikan sudah menanyakan kepada masing – masing divisi terkait ada kegiatan apa saja setiap bulan nya kemudian praktikkan membuat sebuah calender of *event* support dengan memasukan data - data yang sudah praktikan tanya sebelumnya. Calender Support merupakan sebuah salah satu tugas yang penting dalam *Corporate Communications* karena dengan adanya calender support tersebut membuat pekerjaan dari divisi *Corporate Commuication* menjadi lebih tertata dan terstruktur secara rapih dan tidak ada yang kelewat. Dikarenakan di dalam calender support tersebut terdapat project – project atau kegiatan aktivitas apa yang akan dilakukan oleh divisi lain yang membutuhkan support dari divisi *Corporate Communications*.



Gambar 3.2 Calender of Event Support
Sumber: Dok. Internal Perusahaan

Dalam pembuatan calender support ini praktikan diminta untuk menanyakan kepada masing – masing divisi seperti divisi CSR, kemudian divisi Sustainability, serta divisi EHS untuk menanyakan dari masing – masing divisi memerlukan support dari divisi *Corporate Communications* dalam bentuk apa saja, seperti memerlukan support dari divisi *Corporate Communications* untuk membuat *press release* ataupun memerlukan untuk adanya *speech*.

Dalam melakukan pengisian calender support ini praktikan sebelumnya sudah mempelajari terkait dalam pembuatan timeline perusahaan ataupun mapping – mapping pada saat melakukan perkuliahan di Universitas Pembangunan Jaya. Yang dipelajari ketika kuliah di Universitas Pembangunan Jaya dengan mempelajari matakuliah Komunikasi Organisasi. Pada praktek Kerja Profesi, praktikan sudah menerapkan seluruh ilmu – ilmu yang sudah diberikan dan dipelajari pada saat masa – masa perkuliahan, tetapi yang menjadi pembeda

nya adalah praktikan diminta untuk membuat kalender support terkait project – project dan kegiatan dari masing – masing divisi.

Praktikan diminta untuk membuat kalender support ini setiap awal bulan untuk membantu divisi *corporate communications* dalam menjalankan pekerjaan, dikarenakan didalam kalender support itu akan mempermudah untuk mengetahui seluruh project dan kegiatan dari divisi EHS,CSR,Sustainability selama 1 bulan kedepan.

Pada kalender support of *event* itu berisikan project – project dan kegiatan apa saja yang akan dilakukan oleh divisi lain seperti *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dari divisi Sustainability, dan dari divisi Environment Health and Society (EHS). Dan biasanya dari divisi lain perlu adanya Support Corcomm, maka biasanya setelah praktikan melakukan pendataan tentang apa saja program project yang akan dilaksanakan oleh masing masing divisi tersebut, praktikan menanyakan kepada perwakilan masing – masing divisi perlu ada bentuk support corcomm seperti pembuatan *press release* ataupun berupa bentuk speech

3.2.1.3 Menjadi *Support Project Corporate Guardian Area Forum*

Didalam divisi *Corporate Communications* terdapat banyak project – project baik secara *Internal Communications* dengan total 12 project dan *External Communications* sebanyak 13 total project. Kemudian praktikan diminta untuk membantu menjadi support project pada *Internal Communications* yaitu *Corporate Guardian Area Forum*. *Corporate Guardian Area Forum* merupakan sebuah salah satu activity atau project yang ada di dalam *Internal Communications* yang dimana *corporate guardian area forum* ini merupakan salah satu *Development Journey* untuk para *Corporate Guardian Area Branch*.



Gambar 3.3 *Corporate Guardian Area Forum*
Sumber: Dok. Internal Praktikan

Tujuan dari diadakan nya Kegiatan *Corporate Guardian Area Forum* ini untuk melakukan mitigasi serta meningkatkan sebuah kompetensi dari para Guardian dalam penangan Krisis di cabang. Meningkatkan sebuah kompetensi dari para Guardian dalam penangan sebuah krisis komunikasi yang tujuannya untuk bisa mengelola serta bisa menjaga sebuah citra dan membuat sebuah reputasi yang positif ketika terjadinya sebuah situasi krisis. Dan juga untuk menjaga serta meningkatkan hubungan baik cabang dan kantor pusat dengan para pemangku kepentingan Eksternal seperti (Media dan Security Level), *Corporate Guardian* Cabang mampu untuk mengimplementasikan sebuah proses komunikasi serta dapat mengetahui caranya untuk membangun sebuah hubungan yang baik antara pemangku kepentingan.

Corporate Guardian Area Forum ini dilakukan secara terpisah di berbagai masing – masing prioritas Area FIFGROUP dengan menghandirkan beberapa narasumber yang sesuai dengan berbagai kebutuhan dan kepentingan dari setiap masing – masing Area dengan tujuannya untuk meningkatkan pengetahuan dari masing masing Branch serta kecakapan, dan Kegiatan Guardian Area Forum mempunyai sebuah target terhadap perubahan perilaku dari PIC Guardian dalam melakukan implementasi terhadap sebuah penangan krisis pada proses bisnis yang dijalankan. Pada *Corporate Guardian Area Forum* ini dihadiri oleh 16 karyawan dari Head Office FIFGROUP, serta terdapat 42 orang perwakilan dari masing masing perwakilan cabang nya masing – masing dan juga sudah termasuk dari 5 Departement Head dari masing – masing perwakilan Jatim area.

Pada *Corporate Guardian Area Forum*, para perwakilan cabang harus melewati 4 tahap yaitu:

1. **Presentation**

Setiap narasumber harus menyusun sebuah presentation dan akan diminta untuk mempresentasikan hasil dari materi dengan waktu yang diberikan sebanyak 20 menit yang akan membahas mengenai sharing point yang dibutuhkan.

2. **QnA, Lead by MC**

Tanya jawab antara narasumber dengan para peserta untuk bisa mempertajam sebuah penyampaian materi.

3. **Study Case**

Membuka sebuah kesempatan untuk bisa melakukan diskusi antar para peserta dengan study case yang diberikan serta langsung bisa langsung diberikan feedback oleh para narasumber.

4. **Pre – Post Test**

Setiap peserta nantinya akan melakukan sebuah pre & post test yang akan digunakan untuk sebagai alat untuk pengukuran dari pemahaman PIC dari Guardian terkait materi yang akan disampaikan oleh para narasumber.

Pada project *Corporate Guardian Area Forum* ini praktikan diminta untuk membuat *Corporate Guardian Matrix* dari tingkat matrix 1 – 4 yang bertujuan untuk mengetahui ada di tingkat berapa para branch manager setiap daerah tertentu. Nilai ukur pada *Corporate Guardian Matrix* itu ada 2 penilaian. Yaitu dari sisi *External Relations* yang dimana itu dapat dinilai dari seberapa banyak media yang bisa di gapai dari masing masing branch manager seperti seberapa banyak branch manager bisa ngebangun hubungan baik dengan polres, media massa, sama government, kemudian penilaian kedua itu adalah PR Value yang dinilai dari PR Value itu adalah seberapa setiap branch manager bisa menggapai nilai publikasi sebanyak – banyak nya

Setelah membuat *Corporate Guardian Area Forum* dibuat maka nanti nya akan diketahui seberapa banyak kepala cabang yang masuk di masing masing level matrix. Yang akan menjadi fokus utama dari *Corporate Guardian Area Forum* ini nantinya adalah untuk setiap kepala cabang dari berbagai wilayah yang berada di posisi matrix rendah. Kemudian ketika sudah mengetahui nama – nama dari setiap kepala cabang yang berada di posisi matrix rendah maka langkah selanjutnya adalah praktikan diminta untuk mencari dan menulis jarak dan alamat cabang pada wilayah Jatim 1, Jatim 2, Jatim 3, Jatim 4 area yang nantinya akan menjadi target untuk diadakan nya *Corporate Guardian Area Forum* dikarenakan daerah Jawa Timur mempunyai jumlah data berita negative yang cukup banyak yaitu per tahun 2024 terdapat sebanyak 12 pemberitaan negative .

Corporate Guardian Area Forum ini nantinya akan dihadiri oleh 2 narasumber yaitu dari Ketua PWI Jawa Timur yaitu Bapak Luthfil serta dari pihak kepolisian yaitu Kabid Humas Polda Jatim yang akan memberikan edukasi – edukasi untuk setiap kepala cabang di daerah jatim area.

Kemudian setelah itu praktikan diminta untuk menghitung Increasing Rate Matrix (*Corporate Guardian Cabang*) yaitu menghitung jumlah kenaikan dari setiap level matrix dari masing – masing kepala cabang untuk mengetahui seberapa jauh peningkatan dari masing – masing kepala cabang dari bulan Januari – bulan Agustus 2024 dan di hitung juga Increasing Rate Matrix nya dari bulan Januari – Agustus 2023 kemudian setelah itu di total masing masing dari perbandingan kenaikan bulan Januari – Februari tahun 2023 dan tahun 2024, kemudian bulan Februari – Maret tahun 2023 dan tahun 2024.

Kemudian bulan Maret – April tahun 2023 dan tahun 2024, kemudian bulan April – May pada tahun 2023 dengan tahun 2024, lalu bulan Mei – Juni tahun 2023 dengan tahun 2024, lalu bulan Juni – bulan Juli tahun 2023 dan tahun 2024, dan bulan Juli – bulan Agustus tahun 2023 dan tahun 2024, dan hitung rata – rata nya berapa dari bulan Januari – Agustus tahun 2023 dan juga tahun 2024 dan di hitung dan di cari juga total growth nya.

Ketika sudah dihitung Increasing Rate Matrix (*Corporate Guardian Cabang*) selanjutnya praktkan diminta untuk menghitung Decreasing Rate Matrix (*Corporate Guardian Cabang*) yaitu penurunan level matrix dari masing – masing kepala cabang untuk mengetahui seberapa jauh penurunan level matrix dari masing – masing cabang dari bulan Januari – bulan Agustus 2024 dan di hitung juga Decreasing Rate Matrix nya dari bulan Januari – Agustus 2023 kemudian setelah itu di total masing masing dari perbandingan kenaikan bulan Januari – Februari tahun 2023 dan tahun 2024.

kemudian bulan Februari – Maret tahun 2023 dan tahun 2024, kemudian bulan Maret – April tahun 2023 dan tahun 2024, kemudian bulan April – May pada tahun 2023 dengan tahun 2024, lalu bulan Mei – Juni tahun 2023 dengan tahun 2024, lalu bulan Juni – bulan Juli tahun 2023 dan tahun 2024, dan bulan Juli – bulan Agustus tahun 2023 dan tahun 2024, dan hitung rata – rata nya berapa dari bulan Januari – Agustus tahun 2023 dan juga tahun 2024 dan di hitung dan di cari juga total growth nya.

Ketika praktikan sudah menghitung Increasing Rate Matrix serta Decreasing Rate Matrix maka akan kelihatan hasil data dari perbandingan antara Increasing Rate Matrix dan Decreasing Rate Matrix. Maka target utama dari adanya *Corporate Guardian Area Forum* ini adalah kepala cabang yang berada di level zona Matrix yang rendah / kecil.

Karena jika tidak ada *Corporate Guardian Area Forum* ini maka ditakutkannya adalah kepada kepala cabang yang berada di zona matrix rendah tersebut tidak tau harus berbuat apa ketika ia sedang mengalami pemberitaan buruk / pemberitaan negative dan ia tidak tau cara untuk menanggulangi nya seperti apa serta ketika ia mengalami sebuah krisis.

3.2.2 Pekerjaan Tambahan

3.2.2.1 Menjadi Tim *Support*

Ketika melakukan kerja profesi praktikan tidak cuman melakukan tugas tugas utama saja yang diberikan oleh mentor serta rekan – rekan karyawan dari divisi *Corporate Communications* saja melainkan praktikan diberikan pekerjaan tambahan yang diluar dari tugas utama Divisi *Corporate Communications* dikarenakan divisi lain ketika ada project atau kegiatan nya itu memerlukan adanya support dari *Corporate Commuication*. Oleh karena itu praktikan harus siap sedia ketika diminta tolong untuk menemani dan membantu project dan kegiatan dari divisi lain yang membutuhkan bantuan dari divisi *corporate communications* yang sebelumnya praktikan sudah buat pada Calender Support *Corporate Communication* seperti:

3.2.2.2 Tim Dokumentasi Gerakan Nasional Cerdas Keuangan

Praktikan diminta untuk membantu support pada kegiatan dari divisi lain salah satunya pada divisi CSR, yang dimana pada divisi CSR tersebut terdapat orang yang berada di posisi Senior Analyst CSR. Dan praktikan diminta untuk membantu program yang diadakan oleh Senior Analyst CSR tersebut yang program nya bernama “Gerakan Nasional Cerdas Keuangan Untuk Anak Paud yang berlokasi pada Kampung Berseri Astra Binaan FIFGROUP Depok – Kec. Bojongsari pada tanggal 11 Oktober 2024.

Kegiatan tersebut tentang literasi keuangan dengan tujuannya adalah anak – anak Paud, yang dimana harapan nya nanti adalah untuk anak – anak paud bisa menjadi mengenal nilai mata uang rupiah dan nantinya ketika anak – anak paud tersebut diberikan uang oleh orang tua nya itu dia bisa belajar untuk dapat menyisihkan beberapa uang nya untuk ditabung.

Pada kegiatan Gencarkan (Gerakan Nasional Cerdas Keuangan) yang ditujukan untuk para Anak – anak Paud Cempaka yang berada di Kampung

Berseri Astra Binaan FIFGROUP. Tujuan mengadakan kegiatan itu untuk memperkenalkan para anak – anak paud terhadap nilai mata uang rupiah supaya mereka bisa mengenal duit sejak dini dan tau cara untuk memanfaatkan duit tersebut dengan baik dan tidak disalah gunakan.

Pada kegiatan itu cara nya untuk memberikan edukasi terkait duit yaitu dengan menggunakan bantuan dari komunitas dongeng untuk melakukan dongeng kepada anak – anak tersebut tentang duit. Karena anak – anak dengan umur segitu masih sangat suka dengan cerita – cerita / dongeng maka mereka menggunakan cara tersebut sebagai Teknik penyampaian untuk bisa diterima oleh anak – anak dengan baik.

Supaya ketika anak – anak tersebut sudah mengenal uang sejak dini diharapkan nya mereka bisa memanfaatkan uang tersebut dengan baik dan tidak disalahgunakan, salah satunya itu dengan cara mereka bisa menabung ketika dikasih uang jajan sama orang tua nya dan ketika uang jajan yang diberikan oleh orang tua nya itu sisa / tidak habis maka mereka bisa menabung nya supaya mereka bisa belajar untuk menghemat dan bisa di ajarkan jikalau mereka ingin membeli sesuatu barang yang mereka inginkan. Maka mereka bisa menggunakan uang yang sudah mereka tabung dan mereka tidak perlu menangis kepada orang tua nya untuk membelikan barang yang mereka inginkan karena mereka sudah mempunyai uang tersebut. Kegiatan ini dihadiri oleh:

1. Bapak Charles DW Simare mare selaku Departement EHSSR & Sustainability Management FIFGROUP.
2. Bapak Kinalson Tarigan selaku Senior Analyst CSR dari perusahaan FIFGROUP.
3. Bapak Kiki Mutakin SE selaku Kepala Lurah Duren Seribu..
4. Ibu Yanti Perwakilan dari Komunitas Dongeng.
5. Ibu Nopi selaku Bunda Paud kecamatan.
6. Ibu Masridawati selaku Bunda Paud Kelurahan.
7. Ibu Ika Kamilah selaku Ketua Pokja bunda Paud Kecamatan.
8. Ibu Selvi selaku Ketua Pokja Bunda Paud Kelurahan Duren Seribu.
9. Ibu Rosita selaku Kepala PAUD Cempaka

Kegiatan ini sangat menarik dan penting sekali untuk masa depan anak – anak terkhususnya di Kawasan Duren Seribu, dan sangat diterima baik oleh masyarakat sekitar dan masyarakat sekitar juga sangat antusias pada kegiatan

ini. Sehingga pada kegiatan kali ini dihadiri sebanyak 79 orang serta Ibu – ibu sekitar, dan Ibu – ibu serta anak – anak Paud di sana sangat senang dan tertarik dengan apa yang disampaikan dikarenakan penyampaian nya dengan cara dongeng literasi yang membuat anak – anak tertarik dan anak – anak disana juga sangat baik dan sangat ramah kepada orang – orang yang hadir dan yang mereka tidak kenal sebelumnya.

3.2.2.3 Menghadiri Acara

Pada masa praktikan sedang menjalani proses magang, praktikan di ajak untuk menemani seorang Senior Analyst CSR untuk bisa menghadiri surat undangan dari Kelompok Kerja Bunda Paud Kota Depok. Tema Kegiatan kali ini adakag Sinergi dan kerjasama Pokja Bunda PAUD dan Dinas Pendidikan Kota Depok dengan Mitra dalam Meningkatkan Kualitas PAUD Holistik Integratif di Kota Depok, perusahaan PT. Federal International Finance di ajak untuk melakukan kolaborasi dengan berbagai lintas sektor terkait dengan kota Depok. Kegiatan acara tersebut diadakan pada hari Senin tanggal 9 September 2024, pukul 12.30 WIB s/d Selesai, yang berlokasi di Gedung Teratai Lt.1. Balai Kota Depok. Dikarenakan masih banyak PAUD – PAUD di sekitar kota Depok khususnya masih belum mempunyai fasilitas yang memadai.

3.2.2.4 Membantu Produksi Konten

Salah satu divisi yaitu CSR mempunyai program dengan berkaca pada 4 pilar CSR FIFGROUP, salah satunya ada pilar CSR Fifgroup Sehat. Sejalan pilar Fifgroup Sehat tersebut maka pihak dari divisi CSR mendapatkan undangan dari Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Selatan Kecamatan Jagakarsa Kelurahan Srengseng Sawah terkait salah satu program CSR Fifgroup Sehat yaitu adalah pencegahan stunting.

Maka dari Itu FIFGROUP mendapat undangan terkait dengan sebuah salah satu langkah untuk bisa menurunkan angka stunting terkhususnya di wilayah kelurahan Srengseng Sawah, Walikota Kota Administrasi Jakarta Selatan yang mengajak FIFGROUP untuk melakukan kerja sama. Kegiatan itu dilakukan tanggal 1 Oktober hari senin 2024 yang dimulai dari jam 09.00 s/d selesai dan tempatnya adalah RPTRA Betawi Ngumpul. Dengan konsep acara untuk evaluasi hari ke 14 pemberian PMT FIF. Dan Praktikan di ajak oleh salah satu karyawan dari divisi

CSR untuk membantu mereka melakukan shoot video dan melakukan wawancara ke ibu – ibu yang hadir pada acara tersebut.

3.2.2.5 Menjadi Ketua Pada Kegiatan *Pre – Deploy*

Pada perusahaan PT. Federal International Finance akan rutin menjalankak activity yang bernama Pre – Deploy dan dengan adanya itu akan dilakukan makan siang Bersama dan main games, serta pergi ke tempat bermain. Kemudian praktikan ditunjuk secara mendadak untuk bisa menjadi ketua Pre – Deploy sehingga praktikan yang berperan sebagai ketua, harus bisa melakukan komunikasi yang baik dengan para anak – anak intern lainnya.

Oleh karena itu praktikan berusaha untuk membaaur dengan anak intern dari divisi lain, dan tugas dari ketua Pre Deploy adalah untuk bisa mencari rekomendasi Villa, Restaurant, serta tempat wisata untuk bermain. Selain harus mengurus villa, maka praktikan harus melakukan present kepada Bapak Charles DW Simare mare yang merupakan Departement Head EHSSRSM & Sustainability dan dari Bapak Robertus Benny Dwi Koestanto Departement Head *Corporate Communications*.

Kemudian praktikan diminta untuk melakukan present kepada Bapak Charles DW Simare – Mare selaku Departement Head EHSSRSM & dan dari Bapak Robertus Benny Dwi Koestanto selaku Departement Head *Corporate Communications*. Dengan hasil yang di present berupa tempat fix villa berada dimana, kemudian untuk masalah catering ingin menggunakan catering untuk berapa kali dan untuk di hari apa saja serta untuk membahas soal warna baju yang disetujui adalah warna apa saja.

Dan ketika praktikan sudah mengumpulkan data – data terkait villa dan sudah melakukan present kepada Mas Charles dan dengan Pak Benny, jika soal villa sudah disepakati maka praktikan bisa mengganti fokusnya untuk mencari soal restaurant, present warna baju kepada Mas Charles. Kemudian setelah itu praktikan meminta terkait uang DP villa yang diminta oleh pihak villa. Setelah itui bisa dibantu terkait duit untuk keperluan membeli bahan – bahan untuk masak seperti indomie, bahan” pokok seperti salah satunya beras ikan / ayam, sayur – sayuran, hingga bumbu masak. Kemudian selain bahan – bahan keperluan untuk masak, maka praktikan membagi – bagi tugas dengan anak intern dari divisi lain dengan total 7 anak magang dari divisi berbeda – beda, 3 orang dari divisi

corporate communications, 1 orang dari divisi CSR, satu anak dari divisi Environment Health and Social, kemudian 2 orang dari divisi Sustainability.

Setelah itu praktikan melakukan meeting dengan tim Pre – Deploy terkait rundown kegiatan, kemudian acara apa saja yang nantinya akan dilakukan disana kemudian bahan – bahan apa saja yang bisa dibawa kesana. Kemudian selain itu praktikan berdiskusi kepada Mas Dwiki selaku perwakilan salah satu karyawan dari divisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* terkait masalah transportasi, praktikan berdiskusi dengan Mas Dwiki terkait ketersediaan bus perusahaan untuk bisa digunakan ke acara Pre – Deploy. Selain praktikan melakukan diskusi dengan teman – teman intern lainnya, praktikan juga berdiskusi dengan beberapa karyawan lain nya untuk permasalahan ketersediaan villa dan minta saran atau gambaran dari acara Pre – Deploy tahun lalu.

3.2.2.6 Membuat *Design Banner*

Praktikan dengan teman – teman intern dari divisi *Corporate Communications* diminta bantuan untuk bisa membuat sebuah design banner tentang FIFGROUP Youth Competition. Kegiatan Video Youth Competition merupakan sebuah lomba pembuatan video kreatif dengan target audiens nya adalah para mahasiswa yang berada di perguruan tinggi yang menggunakan sebuah tema sesuai dengan isu – isu atau trend apa saja yang sedang viral baru – baru ini. Video – video kreatif nantinya yang dibuat akan dibagikan ke beberapa platform media social seperti Instagram, TikTok sebagai salah satu cara bisa mencapai sebuah target audiens yang lebih luas terhadap *communications campaign* yang sedang dilakukan dan dapat bermanfaat serta bisa digunakan sebagai media untuk bisa mengedukasi setiap masyarakat.

Selain itu sebelum membuat design banner untuk FIFGROUP Youth Competition ini, praktikan dengan anak intern divisi *Corporate Communications* lainnya diminta untuk membuat sebuah plan woro – woro untuk FIFGROUP Youth Competition tersebut. Praktikan ditugaskan untuk membuat templete plan woro – woro pada sebuah e-mail dengan durasi plan woro – woro nya adalah H – 1 Bulan, H – 2 Minggu, H – 1 Minggu, H – 6 hari, H – 5 hari, H – 4 hari, H – 3 hari, H – 2 hari, H – 1 hari dari kegiatan tersebut. Kemudian melakukan pemilihan tempat – tempat untuk bisa dijadikan background untuk shoot video yang nantinya akan di upload pada Instagram resmi perusahaan.

3.2.2.7 Melakukan Penyalinan Surat

Terdapat salah satu Departement Head dari General Service yang sebelumnya sudah membuat sebuah surat SK Direksi, tetapi ia lupa untuk menyimpan file bentuk word nya. Maka dari itu praktikan diminta bantuan oleh salah satu karyawan dari divisi *Corporate Communications* untuk membantu membuat ulang SK Direksi tersebut dikarenakan Departement Head tersebut lupa untuk menyimpan file Word nya.

3.2.2.8 Membuat Hak Jawab

Pada sebuah perusahaan PT. Federal International Finance pasti tidak akan luput dari yang namanya pemberitaan negative serta pasti pernah mengalami sebuah krisis. Maka dari itu pihak divisi *Corporate Communications* harus bisa sadar akan hal tersebut dan harus bisa untuk cepat menanggapi dan menangani kasus tersebut dengan baik agar tidak mengalami kesalahan.

Salah satu caranya adalah membuat sebuah Hak jawab, yang dimana terdapat 3 link website dari media yang berbeda yang memberitakan berita negative pada perusahaan PT. Federal International Finance. Dan praktikan diminta tolong untuk bisa membuat sebuah Lembar Hak jawab sebanyak 3 Lembar Hak jawab untuk disebar dan dibuat kepada masing – masing media yang memberitakan pemberitaan tersebut.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Ketika melaksanakan pekerjaan secara professional, praktikan pastinya akan menemui segala halangan ketika ingin melaksanakan sebuah tugas. Halangan – halangan tersebut bisa disebabkan dari berbagai factor, bisa disebabkan melalui factor internal maupun factor external. Berikut merupakan kendala – kendala yang dilalui oleh praktikan ketika menjadi *Corporate Communications*:

1. Kekurangan data – data dan informasi saat ditugaskan untuk membuat sebuah *press release*.
2. Kesulitan untuk menemui para rekan – rekan karyawan untuk meminta bantuan.

3. Kesulitan dalam proses pengerjaan dan riset – riset untuk menyelesaikan tugas – tugas yang diberikan dikarenakan jaringan internet kantor yang kurang bagus dan kadang - kadang drop.
4. Kesulitan saat ingin melakukan take video untuk video – video reels Instagram dan foto – foto untuk keperluan *press release* dikarenakan device handphone yang tidak memadai.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Setiap kendala yang dihadapi dan ditemui oleh praktikan, tidak mungkin tidak ada jalan keluar dan tidak mungkin tidak ada solusi untuk bisa menyelesaikan masalah tersebut. Dibawah ini adalah bagaimana cara praktikan mengatasi kendala – kendala yang praktikan lalui ketika menjalani Kerja Profesi:

1. Dikarenakan praktikan mengalami kekurangan data maka praktikan mencoba untuk bertanya kepada rekan – rekan karyawan divisi *corporate communications* untuk meminta data – data dan informasi tambahan, kemudian praktikan juga bisa berdiskusi dengan Departement Head *Corporate communications* terkait data – data yang kurang banyak dan kurang memadai.
2. Ketika praktikan mengalami kesulitan untuk menemui rekan – rekan maka praktikan berusaha untuk chat terlebih dahulu untuk menanyakan kapan kira – kira jadwal nya kosong atau bersedia untuk membantu praktikan
3. Ketika praktikan mengalami kendala jaringan kantor yang jelek dan tiba – tiba down yang menyebabkan praktikan menjadi susah untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan oleh rekan – rekan karyawan maka praktikan menggunakan data pribadi atau hotspot pribadi untuk menggantikan jaringan internet di kantor
4. Ketika praktikan diminta untuk meliput suatu acara, praktikan mengalami kendala device pribadi yang kualitas handphone nya kurang bagus untuk melakukan dokumentasi maka praktikan meminta untuk bisa menggunakan alat – alat kantor berupa kamera.