



# 6.09%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 10 DEC 2024, 10:46 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL 0.07%      ● CHANGED TEXT 6.01%

## Report #24109997

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Humas atau Public Relations merupakan sebuah upaya pada perusahaan untuk menjaga hubungan yang positif dan membuat serta mempertahankan citra positif terhadap sebuah perusahaan. Public Relations mempunyai posisi peran yang sangat penting karena dapat menjadi jalan yang mampu menghubungkan antara sebuah perusahaan dengan masyarakat. Dan juga selaku public relations perlu bisa menjaga serta menciptakan ikatan yang baik dengan para stakeholders seperti customer, client, rekan – rekan media dan kepada masyarakat . Disamping dari pentingnya sebuah citra atau posisi perusahaan, kewajiban serta dampak dari corporate communication masih jauh dari pemahaman dan belum terlalu dipahami oleh setiap perusahaan. Corporate communication dapat didefinisikan sebagaimana fungsi hubungan masyarakat yang bersifat taktis di beberapa perusahaan khususnya terdiri dari komunikasi pers. (J.Cornelissen, corporate communication a guide to theory & practice, 2014). Corporate communication memiliki kewajiban yang esensial demi kelancaran progress serta kegiatan yang menghubungkan antara pihak – pihak lain sebagai stakeholders. Era digital telah membawa perubahan yang dramatis pada lanskap komunikasi. Munculnya media sosial, internet, dan berbagai platform digital lainnya telah memberikan peluang bagi organisasi untuk berinteraksi dengan stakeholder secara lebih langsung dan real-time. Namun, di sisi lain, hal ini juga menghadirkan tantangan baru seperti



REPORT #24109997

manajemen reputasi B-1 online, penanganan krisis yang cepat menyebar, dan persaingan yang semakin ketat dalam menarik perhatian publik. Dalam konteks ini, profesi corporate communication memiliki peran yang sangat krusial. Praktisi corporate communication dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif, memahami dinamika media sosial, serta mengembangkan strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan zaman. Penyebaran sebuah informasi dan komunikasi yang universal merupakan sebuah kunci utama untuk melindungi berjalannya bisnis serta organisasi secara efisien, serta menjaga sebuah kepentingan untuk semua stakeholders (Yulian Warman, 2022) Seseorang yang bekerja sebagai corporate communication mempunyai sebuah peran / tanggung jawab yang penting karena tim corporate communication yang menjadi garda terdepan atau menjadi wajah dari sebuah perusahaan. Tindakan yang akan dilakukan selaku corporate communication adalah memberikan sebuah pesan atau informasi tentang perusahaan melalui berbagai cara dan berbagai platform media. Contohnya seperti melakukan komunikasi menggunakan email, kemudian melakukan interview kemudian membuat press release hingga mengadakan konferensi pers. Kalau tim corporate communications berhasil menjalin komunikasi yang berhasil dan bermanfaat maka akan menguntungkan dari sisi perusahaan yang akan mengakibatkan perusahaan tersebut bisa mendapatkan sebuah profit yang lebih banyak lagi dan bisa membuat customer menjadi lebih loyal kepada

perusahaan tersebut. Corporate communication mempunyai fungsi yang banyak terhadap sebuah perusahaan, contohnya seperti corporate branding & marketing yang tugas nya adalah untuk bisa memastikan reputasi dan image dari perusahaan terhadap public itu tetap baik (Hastuti, Peran Hingga Gaji Komunikasi Korporat di Suatu Perusahaan, 2023). Kemudian ada crisis communication, tugas nya adalah untuk bisa mengatasi jika terjadi suatu permasalahan atau berita negative dari public terhadap perusahaan tersebut. Kemudian terdapat Internal communication tujuannya adalah untuk bisa memberikan komunikasi dan informasi kepada rekan – rekan karyawan dan juga kepada internal perusahaan. (Terkini, 2022) Seorang praktisi corporate communication dituntut untuk memiliki berbagai keterampilan yang kompleks. Selain kemampuan menulis dan berbicara yang baik, praktisi corporate communication juga harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang bisnis, media, dan teknologi. Keterampilan lain yang penting adalah kemampuan analisis, pemecahan masalah, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Dalam era digital saat ini, keterampilan digital seperti pengelolaan media sosial, pembuatan konten, dan analisis data menjadi semakin penting. Praktisi corporate communication yang memiliki keterampilan digital yang kuat akan lebih siap menghadapi tantangan komunikasi di masa depan. Kemudian terdapat media & public relations yang mempunyai keterikatan atau kesamaan dengan public relations

dimana memiliki tugas untuk bisa membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan memberikan yang benar dan terpercaya. Kemudian memantau dan mempertimbangkan keberhasilan kegiatan kampanye PR (OCBC, 2023) Di zaman yang sudah serba modern ini banyak sekali cara – cara dan platform – platform yang bisa memudahkan pekerjaan dari seorang praktisi PR, yaitu ada e-mail, kemudian ada jejaring social atau social media, kemudian ada juga blog dan dengan majunya teknologi tentu membuat cara kerja pada sebuah industri PR secara langsung dan bisa juga untuk membuat potensi komunikasi secara dua arah dengan setiap target audiens dari perusahaan tersebut. (Butterick, 2018) B-3 Sebelum masuk dan memulai; pada; dunia pekerjaan, seorang mahasiswa harus bisa untuk meningkatkan hard skill dan soft skill yang bisa dijadikan sebuah kualitas. Melihat kewajiban yang akan dibutuhkan oleh seorang lulusan yang mempunyai keahlian pada bidang humas. Pada kampus Universitas Pembangunan Jpraya (UPJ) mengadakan program kerja professional untuk meningkatkan keahlian serta keterampilan yang mahasiswa punya, terutama pada bidang Minor Humas pada jurusan Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu praktikan memilih serta menerima untuk ditempatkan pada divisi Corporate communication pada perusahaan PT. Federal International Finance (FIFGROUP). Praktikan memutuskan untuk melakukan kegiatan kerja profesi pada PT. Federal International Finance dengan harapan serta target untuk bisa mendapatkan ilmu baru,

pengalaman baru di dunia kerja, mengasah soft skill dan hard skill, kreativitas meningkat, bisa mengatur waktu, pengalaman terlibat dalam event. Serta Praktikan memilih untuk melakukan kerja profesi pada divisi Corporate Communications ini karena selaras dengan minor yang diambil oleh praktikan yaitu minor Public Relations. Yang dimana semasa praktikan melakukan perkuliahan, praktikan pernah belajar pada kelas Penulisan Hubungan Masyarakat dalam hal membuat press release, dan kegiatan pembelajaran tersebut ternyata terpakai ketika praktikan melakukan kerja profesi pada divisi Corporate Communications yang dimana salah satu tugasnya adalah membuat sebuah press release. Pada kegiatan kerja profesi kali ini, praktikan mempunyai sebuah tanggung jawab pada divisi corporate communication, yang didalamnya terdapat;dua;bagian;yaitu;external;communication,;internal;communication,;serta;digital;communication.;Pada;pekerjaan;ini;men gikat;dan;mempunyai tanggung jawab untuk bisa menjaga nama baik serta reputasi sebuah perusahaan di mata public.

**1 3 5** Praktikan menjalankan kegiatan Kerja Profesi selama 3 bulan yaitu mulai dari tanggal 15 Juli 2024 sampai 15 Oktober 2024 dengan hari kerja mulai dari Senin hingga Jumat dengan durasi lamanya adalah 9 jam kerja yang dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB 1.2

**1** Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 **1** Maksud Kerja Profesi 1. Mendalami pada dunia pekerjaan secara professional pada bidang Ilmu Komunikasi 2. Mendalami kegiatan yang dilakukan di tempat kerja yang sejalan dengan bidang komunikasi yaitu Public Relations 3. Mempelajari serta mendalami tugas - tugas sebagai Corporate Communication 4. Mempelajari dan mendalami bagaimana membuat press release untuk perusahaan 5. Memberikan pengalaman tentang meeting Bersama seluruh karyawan FIFGROUP 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi 1. Mendapatkan pengetahuan tentang dunia pekerjaan secara professional yang selaras dengan bidang keilmuan Praktikan yaitu Ilmu Komunikasi 2. Mendapatkan pengetahuan serta keahlian terhadap bidang kerja public relations di dalam divisi corporate communications di PT. Federal International Finance (FIFGROUP) 3. Mendapatkan peluang untuk membuat

calender support 4. Mendapatkan peluang untuk membuat press release 5. 1 Mendapatkan  
peluang untuk membuat sebuah project campaign 1.3 Tempat Kerja Profesi  
Tempat praktikan untuk melakukan kerja profesi adalah PT. Federal International  
Finance (FIFGROUP) dengan lokasinya B-5 berada di Jl. 13 Tol Tahi Bonar Simatupang No.  
Kav 15, RT.4/RW.1, Lb.Bulus, Kec. 1 12 Cilandak, Kota Jakarta Selatan,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440, Indonesia. PT. Federal International  
Finance merupakan sebuah bentuk dari usaha makro yang berjalan pada  
sektor layanan pembiayaan dengan berbagai merk usaha yang ada. Praktikan  
memilih PT. Federal International Finance sebagai tempat untuk melakukan  
kegiatan Kerja Profesi. Menurut Praktikan PT. Federal International Finance  
merupakan tempat yang sesuai untuk bisa mengasah dan mengembangkan  
kemampuan pada bidang layanan pembiayaan. Disamping itu mengingat jikalau PT. 11  
Federal International Finance merupakan sebuah anak perusahaan dari PT. 11 Astra  
International Tbk. Dikarenakan PT. Federal International Finance merupakan  
sebuah anak perusahaan dari PT. Astra International Tbk merupakan sebuah  
salah satu perusahaan terbaik jadi praktikan memilih perusahaan tersebut  
karena nantinya akan sangat baik buat portofolio dan pengalaman 1 Oleh karena itu  
Dengan adanya Kerja Profesi (KP), praktikan memutuskan untuk memilih  
divisi corporate communication untuk fokus utamanya. Praktikan memutuskan  
untuk memilih divisi corporate communication dikarenakan ingin mengetahui  
dan mempelajari lebih dalam lagi terkait bagaimana pengembangan dari  
divisi corporate communication serta ingin mencari tahu realisasi dari  
divisi corporate communication dalam konteks pembiayaan, media, produksi. Serta  
ingin menerapkan apa yang sudah dipelajari ketika sedang dikampus  
terkhususnya terkait minor yang di pilih yaitu Public Relations. 1.4  
Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1  
2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Melakukan  
Interview dengan user Melakukan Kerja Profesi di FIFGROUP Melakukan  
bimbingan KP Menyusun laporan KP September Oktober Proses Pembuatan CV  
Mencari tempat KP Menyiapkan dokumen untuk keperluan kerja profesi  
Mengirim CV ke FIFGROUP No Kegiatan Mei Juni Juli Agustus Tabel 1.1

Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Praktikan melakukan pembuatan CV untuk menjalani kerja profesi dimulai dari bulan Mei minggu pertama hingga minggu ketiga bulan Mei dikarenakan CV merupakan hal yang sangat penting bagi semua orang terutama untuk para mahasiswa terkhususnya mahasiswa dari Universitas Pembangunan Jaya yang sedang mengambil dan menjalani mata kuliah Kerja Profesi. Tujuan nya dari pembuatan CV adalah untuk mempermudah pihak perusahaan dalam melihat keterangan data diri setiap orang dan CV mempunyai peran yang sangat penting dalam masalah penerimaan magang hingga kerja, karena CV menjadi salah satu tolak ukur HRD setiap perusahaan untuk bisa menerima atau tidak. Karena di dalam CV akan terlihat semua data diri kita mulai dari Umur, kemudian status Pendidikan kita, kemudian skill apa saja yang dipunya, kemudian mempunyai pengalaman organisasi apa saja atau bisa dilihat dari pernah punya pengalaman bekerja di perusahaan apa dan di bagian apa pada perusahaan tersebut, jika CV nya kurang menarik atau kurang banyak pengalamannya maka itu bisa membuat HRD perusahaan menjadi tidak tertarik untuk merekrut. Kemudian setelah itu praktikan mencoba untuk mencari tempat agar bisa melakukan kerja profesi serta sambil menyiapkan dokumen – dokumen untuk dimulai dari minggu keempat bulan Mei hingga minggu ketiga bulan Juni. Dalam menyiapkan untuk kerja profesi, praktikan menentukan bidang pekerjaan yaitu corporate communication dikarenakan praktikan harus bisa mencari dan memilih perusahaan apa yang tepat untuk B-7 dijadikan tempat untuk magang dan divisi apa kira – kira yang sesuai dan yang cocok untuk mahasiswa dengan jurusan yang di ambil di kampus adalah jurusan Ilmu Komunikasi. Kemudian praktikan mencoba untuk mengirim CV. Praktikan mengirim CV melalui Whatsapp pada minggu keempat di bulan Juni dan melakukan interview dengan user dari PT. Federal International Finance, mengatakan bahwa praktikan akan bekerja di bagian corporate communication. 1 Lalu, pada minggu ketiga bulan Juli, praktikan sudah bisa untuk melakukan kerja profesi pada divisi corporate communication PT. Federal International Finance.

Bersamaan dengan hal itu, praktikan juga tetap harus mengurus beberapa dokumen seperti surat pengantar kerja profesi dari kampus yang diperuntukan ke perusahaan tempat praktikan melakukan kerja profesi, kemudian surat penerimaan dari perusahaan tempat praktikan melakukan kerja profesi kepada pihak universitas sebagai syarat administrasi. Kerja profesi dilaksanakan selama tiga bulan yang dimulai dari 15 Juli 2024 hingga 15 Oktober 2024. **1**

**3 10** Pada saat melaksanakan kerja profesi, jam kerja Praktikan yaitu pada hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 – 17.00 WIB. **1** Sepanjang melakukan kerja profesi ketika di minggu ketiga bulan Agustus, praktikan melaksanakan bimbingan kerja profesi bersama dengan dosen pembimbing. Ketika sudah melaksanakan bimbingan kerja profesi, praktikan pun membuat laporan kerja profesi dari bulan Agustus minggu kesatu. Dapat dihitung dari tanggal 15 Juli 2024 hingga 15 Oktober 2024 dengan total jam kerja yang sudah praktikan laksanakan sebanyak 594 jam. **7**

### **7** 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 social media untuk mendapatkan informasi informasi terbaru. Banyak platform media social yang bisa di dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi – informasi terbaru, platform seperti social media Instagram, Tiktok yang biasa digunakan untuk melihat hal – hal yang sedang trending di dunia maya ini. Disamping 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 communications. **8** 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 communication . Corporate

Communications 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 communication 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 Communication merupakan sebuah bagian yang sudah mencakup keseluruhan organisasi. Corporate Communication merupakan sebuah pesan yang dibuat dari perusahaan, Lembaga, hingga dari karyawan yang tujuannya untuk publik. Publik nya 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 communication 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 communication 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 Communication harus bisa memberikan tindak dukungan yang baik kepada setiap pihak internal maupun pihak eksternal dengan memperhatikan fungsi – fungsi sebagai berikut (Hastuti, Kelas.work, 2023), a. Mempertahankan Reputasi Perusahaan: yaitu seorang corporate communications perlu untuk memberitahukan sebuah nilai – nilai perusahaan dan juga segala informasi perusahaan kepada para public untuk menciptakan dan menjaga sebuah reputasi yang tetap baik. b. Menghasilkan cara komunikasi untuk Internal dan Eksternal: Corporate Communication 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 communications harus bisa menghasilkan cara dalam komunikasi yang tepat karena lingkungannya eksternal dan untuk menyampaikan serta memperkenalkan perusahaan kepada public. c. Ikut terlibat dalam krisis: Ketika perusahaan sedang menghadapi krisis maka corporate communications 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 communication officer harus bisa mempunyai sebuah keahlian untuk bisa mengatasi berita – berita negative terhadap perusahaan, serta menjalin hubungan yang baik kepada para rekan – rekan jurnalis. Corporate communication officer mempunyai sebuah tugas untuk bisa dapat memecahkan dan menyelesaikan sebuah permasalahan / B-11 sebuah isu –

isu negative yang terjadi di kalangan masyarakat dan kalangan media terhadap sebuah perusahaan tersebut. Disamping itu, untuk sebagai corporate communication 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. Ketika melakukan pekerjaan menjadi corporate communication praktikan mempunyai jobdesk pekerjaan seperti berikut:

### 3.1.1 Corporate Communications

Corporate;Communications;merupakan salah satu divisi yang mempunyai peranan krusial pada sebuah perusahaan yang didalamnya terdapat;Internal Communicatios;;Eksternal;Communications;;Digital;Communications. 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, department, hingga ke karyawan (Lumapps, 2023). Ada beberapa hal yang membuat kenapa komunikasi internal penting:

- 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
- 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
- Memberitaukan Nilai – nilai perusahaan Untuk bisa memanfaatkan dan mengembangkan nilai nilai dari perusahaan kepada seluruh karyawan

Selain Internal Communications, terdapat juga Eksternal Communications yang dimana Eksternal Communications 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: a. Press Gathering Press gathering adalah sebuah cara untuk menjalin relasi dengan para rekan – rekan wartawan agar bisa menyebarkan informasi terkait perusahaan b. Publikasi Perusahaan bisa memanfaatkan sebuah platform media social 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 communications harus mempunyai skill yang memumpuni seperti (University, 2024): a. 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. b. Public Speaking Merupakan sebuah salah satu keahlian yang harus dimiliki oleh corporate communications 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. c. 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 d. Pemikiran Kritis Seorang corporate communications 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 Communications karena nantinya akan berhadapan dengan krisis perusahaan dan bertanggung jawab atas reputasi perusahaan. Didalam divisi Corporate Communications pada PT Federal International Finance terdapat pembagian divisi lagi seperti Internal Communications, Eksternal Communications, Digital Communications yang memiliki fokus dan jobdesc 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 communication . Jika ada sebuah berita negative yang mengatasnamakan atau ditujukan untuk perusahaan, maka praktikan ikut membantu dengan cara membuat press release, dan merancang sebuah campaign yang akan di lakukan oleh perusahaan. Tugas utama yang dilakukan oleh praktikan ketika melakukan kerja profesi adalah membuat sebuah press release, kemudian membuat calender of support corporate communication, 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 Communications, tugas utama ini menjadikan praktikan ikut terlibat untuk melakukan pekerjaan yang ada pada divisi Corporate Communications seperti membuat sebuah press release, membuat sebuah calender of event, dan juga berkesempatan untuk menjadi support pada sebuah kegiatan corporate guardian area forum.

A. Membuat Press Release Praktikan diminta untuk membuat sebuah press release ketika sebuah perusahaan sedang menerima kasus – kasus / pemberitaan negative. Selain perusahaan mendapatkan pemberitaan negative, praktikan juga diminta buat press release ketika perusahaan atau divisi Corporate Communication mendapatkan penghargaan dan ketika divisi Corporate Communication ingin mensupport divisi lain seperti divisi CSR, Sustainability, EHS, ketika divisi tersebut ingin mengadakan sebuah project maka divisi Corporate Communication 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 Communication hingga awarding sebuah perusahaan maka B-15 praktikan meminta bahan materi kepada mentor atau para karyawan divisi Corporate Communication yang lain. Gambar 3.1 Publikasi Press Release FIFGROUP acara PR Summit 2024 Source: Website FIFGROUP Kemudian jikalau praktikan diminta untuk membuat press release ketika perusahaan mendapatkan sebuah pemberitaan negativemaka praktikan berusaha untuk meminta informasi – informasi kepada mentor dan karyawan divisi Corporate Communication 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.

6

Tujuan nya 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 a. 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. b. Kemudian dibawah nya itu harus ada Lead yaitu salah satu komponen yang sangat penting untuk diperhatikan. **2** Lead dalam press release mempunyai tujuan untuk sebagai 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. c. Kemudian setelah adanya lead, terdapat juga Bridge yang dimana fungsinya masih hampir sama dengan lead. Fungsi dari Bridge yaitu untuk bisa menjadi jembatan atau kalimat untuk menambahkan dan menjembatani informasi – informasi yang masih kurang di bagian lead. d. 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 diisi dengan B-17 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 communications 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. Dan setelah itu praktikan diminta untuk menghadap ke Departement Head Corporate Communications untuk melakukan asistensi agar tidak ada informasi – informasi yang belum dimasukkan 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 Communications sebanyak 13 press release. Yang terdiri dari press release untuk awarding perusahaan, awarding divisi, hingga perusahaan sedang menghadapi kasus atau berita negative. B-19 Press Release yang paling sering dibuat oleh praktikan adalah ketika perusahaan sedang mengadakan kegiatan – kegiatan yang dikhususkan untuk mempromosikan berbagai portofolionya, 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. B. Membuat Calender 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 communications 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 praktikan melakukan kerja profesi, praktikan 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 praktikan;; 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 Communication 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 divis i lain yang membutuhkan support dari divisi Corporate Communication.

Gambar 3.2 Calender Of Event Support Source: Arsip Dalam pembuatan calender support ini praktikan diminta untuk menanyakan kepada masing – masing divisi seperti divisi CSR, kemudian divisi Sustainability, sert a divisi EHS untuk menanyakan dari masing – masing divisi memperluka n support dari divisi Corporate Communication dalam bentuk apa saja, seperti memerlukan support dari divisi Corporate Communication 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 da n dipelajari pada saat masa – masa perkuliahan, tetapi yang menjad i pembeda nya adalah praktikan diminta untuk membuat calender support terkait project – project dan kegiatan dari masing – masing divisi. Prakti kan diminta untuk membuat calender support ini setiap awal bulan untuk membantu divisi corporate communication dalam menjalankan pekerjaan, dikarenakan didalam calender support itu akan mempermudah untuk mengetahui seluruh project dan kegiatan dari divisi EHS,CSR,Sustainability selama 1 bulan kedepan. Pada calender support of event itu berisikan project – project dan kegiatan apa saja yang akan dilakukan oleh divisi lai n seperti Corporate Social Responsibility (CSR), dari divisi Sustainability, dan dari divisi Environment Health and Society (EHS). Dan

B-21 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 ad a bentuk support corcomm seperti pembuatan press release ataupun berupa bentuk speech. C. Menjadi Support Project Corporate Guardian Area Forum Didalam divisi Corporate Communication terdapat banyak project – projec t baik secara Internal Communication dengan total 12 project dan External Communication sebanyak 13 total project. Kemudian praktikan diminta untuk membantu menjadi support project pada Internal Communication yaitu Corporate Guardian Area Forum. Corporate Guardian Area Forum merupakan sebuah salah satu activity atau project yang ada di dalam Internal Communication 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: Arsip Tujuan dari diadakan nya Kegiatan Corporate Guardian Area Forum ini untuk melakukan mitigasi serta meningkatkan sebuah kompetensi dari para Guardian dalam penanganan Krisis di cabang. Meningkatkan sebuah kompetensi dari para Guardian dalam penanganan 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 cara nya 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 penanganan 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 cabangnya 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: a) 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. b) QnA, Lead by MC B-23 Tanya jawab antara narasumber dengan para peserta untuk bisa mempertajam sebuah penyampaian materi c) 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 d) 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 membangun 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 – banyaknya Setelah membuat Corporate Guardian Area Forum dibuat maka nantinya 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 diadakannya 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 praktikan diminta untuk menghitung

Decreasing Rate Matrix (Corporate Guardian Cabang) B-25 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 a.

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 Communication saja melainkan praktikan diberikan pekerjaan tambahan yang diluar dari tugas utama Divisi Corporate Communication dikarenakan divisi lain ketika ada project atau kegiatannya itu memerlukan adanya support dari Corporate Communication. 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 communication yang sebelumnya praktikan sudah buat pada Calender Support Corporate Commmunication seperti: b. 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 harapannya nanti adalah untuk anak – anak paud bisa menjadi mengenal nilai mata uang rupiah dan nantinya ketika anak – anak paud tersebut diberikan uang oleh orang tuanya itu dia bisa belajar untuk dapat menyisihkan beberapa uangnya 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 disalahgunakan. Pada kegiatan itu caranya 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 B-27 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 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 diajarkan 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: ❑ Bapak Charles DW Simare mare selaku Departement EHSSR & Sustainability Management FIFGROUP ❑ Bapak Kinalson Tarigan selaku Senior Analyst CSR dari perusahaan FIFGROUP ❑ Bapak Kiki Mutakin SE selaku Kepala Lurah Duren Seribu. ❑ Ibu Yanti Perwakilan dari Komunitas Dongeng ❑ Ibu Nopi selaku Bunda Paud kecamatan. ❑ Ibu Masridawati selaku Bunda Paud Kelurahan. ❑ Ibu Ika Kamilah selaku Ketua Pokja Bunda Paud Kecamatan ❑ Ibu Selvi selaku Ketua Pokja Bunda Paud Kelurahan Duren Seribu ❑ 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. c. Menghadiri acara Pada masa praktikan sedang menjalani proses magang, praktikan diajak untuk menemani seorang Senior Analyst CSR untuk bisa menghadiri surat undangan dari Kelompok Kerja Bunda Paud Kota Depok. Tema Kegiatan kali ini adalah 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 diajak untuk melakukan kolaborasi

REPORT #24109997

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 d. 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. B-29 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 e. Menjadi ketua pada Kegiatan Pre - Deploy Pada perusahaan PT. Federal International Finance akan rutin menjalank 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;EHSS RSM;&;Sustainabilitty;dan;dari;Bapak;Robertus;Benny;Dwi;Koestant o;Departement;Head;Corporate;Communication. Kemudian praktikan diminta untuk melakukan present kepada Bapak Charles;DW;Simare;- ;Mare;selaku;Departement;Head;EHSSRSM;&;d an;dari;Bapak;Robertus;Benny;Dwi;Koestanto;selaku;Departement;H ead;Corporate;Communication. 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 da n 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 communication, 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 bis perusahaan untuk bisa digunakan ke acara Pre – Deploy. Selain praktikan melakukan diskus

i dengan teman – teman intern lainnya, praktikan juga berdiskusi dengan beberapa karyawan lainnya untuk permasalahan ketersediaan villa dan minta saran atau gambaran dari acara Pre – Deploy tahun lalu. B-31 f . Membuat design banner Praktikan dengan teman – teman intern dari divisi Corporate Communication diminta bantuan untuk bisa membuat sebuah design banner tentang FIGGROUP 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. 4 Video – video kreatif nantinya yang dibuat akan dibagikan ke beberapa platform media social seperti Instagram, TikTok sebagai salah satu cara untuk bisa mencapai sebuah target audiens yang lebih luas terhadap communication campaign yang sedang dilakukan dan dapat bermanfaat serta bisa digunakan sebagai media untuk bisa mengedukasi setiap masyarakat. Selain itu sebelum membuat design banner untuk FIGGROUP Youth Competition ini, praktikan dengan anak intern divisi Corporate Communication lainnya diminta untuk membuat sebuah plan woro – woro untuk FIGGROUP Youth Competition tersebut. Praktikan ditugaskan untuk membuat template 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 diupload pada Instagram resmi perusahaan. g. 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 Communication untuk membantu membuat ulang SK Direksi tersebut dikarenakan Departement Head tersebut lupa untuk menyimpan file Word nya h. 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 Communication harus bisa sadar akan hal tersebut dan harus bisa untuk cepat menanggapi dan mengangani 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 an 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 Communication:

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 reel s Instagram dan foto – foto untuk keperluan B-33 press release dikarenakan device handphone yang tidak memadai.

### 9 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 communication untuk meminta data – data dan informasi tambahan

, kemudian praktikan juga bisa berdiskusi dengan Departement Head Corporate communication 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 .

**BAB IV PENUTUP**

**4.1 Simpulan** Menurut penjelasan yang sudah dijabarkan oleh praktikan pada bab 1 sampai bab 3 terkait pelaksanaan kerja profesi pada PT Federal International Finance, khususnya pada divisi Corporate Communications. Praktikan memulai kerja profesi pada tanggal 15 Juli hingga 15 Oktober 2024. Sehingga dapat disimpulkan seperti: A. Kerja Profesi merupakan sebuah program Pendidikan yang wajib untuk diikuti dan dilaksanakan oleh semua mahasiswa – mahasiswi yang berada di antara Semester 6 (Enam) dan Semester 7 (Tujuh) awal yang melakukan kuliah di Universitas Pembangunan Jaya guna mendapatkan sebuah pengalaman – pengalaman dalam dunia kerja secara langsung. Selain itu , program yang dibuat oleh Universitas Pembangunan Jaya ini selain memberikan pengalaman – pengalaman bekerja kepada seluruh mahasiswa / mahasiswi, Universitas Pembangunan Jaya juga memberikan hal – hal baru yang sebelumnya belum mereka pernah dapat dan hanya bisa didapatkan disaat melakukan kerja. B. Jobdesk Corporate Communications, terkait Soft Skill dan Hard Skill yang dibutuhkan. Tugas utama dari seorang Corporate Communications meliputi membuat press release, membuat hak jawab, membuat speech, membuat talking paint, design baner, mengedit video. Dengan

jobdesk seperti itu maka dibutuhkan Hard Skill berupa Copywriting, editing. Serta Soft Skill yang diperlukan seperti komunikasi yang bagus, kreativitas yang tinggi, mampu berinteraksi dengan orang lain. C. Teori yang bisa dipelajari di mata kuliah seperti “Penulisan Hubungan Masyarakat , “Produksi Media Humas sangat B-35 berdampak dan bermanfaat terkait dengan praktik serta teori yang di ajarkan melalui kampus. Seperti halnya terkait menulis sebuah press release, melakukan design terhadap brand D. Selama melakukan kerja profesi, dengan bidang kerja yang praktikan ambil itu adalah Corporate Communication , dituntut untuk praktikan bisa memahami karakteristik dari perusahaan itu serta harus bisa melakukan riset untuk bisa mencari data – data lebih lengkap, serta praktikan harus bisa mempunyai soft skill dan hard skill yang banyak dan bisa berguna untuk perusahaan. E. Kegiatan Kerja Profesi ini dibuat untuk bisa membuat seluruh mahasiswa/mahasiswi untuk bisa belajar prakteknya saja, bukan cuma belajar;teori;Sudah;saatnya;para;mahasiswa/mahasiswi;bisa;mempraktikannya dan mengimplementasikan apa yang sudah ia pelajari;dari perkuliahan Semester 1 (Satu) – Semester 7 (Tujuh) berdasarkan dengan masing – masing program studi atau sesuai dengan fokus minor (penjurusan yang di pilih oleh praktikan yaitu public relations F. Praktikan sudah melakukan Kerja Profesi tersebut selama 3 bulan, dengan waktu selama 3 bulan tersebut praktikan sudah sangat mendapatkan banyak sekali pengalaman – pengalaman yang baru di dalam dunia pekerjaan yang sangat berkesan dan berarti untuk praktikan. Dan bisa menjadi modal awal yang bagus untuk praktikan nantinya setelah lulus dari perkuliahan untuk menghadapi dunia pekerjaan. G. Terdapat perbedaan antara materi yang diberikan pada kampus terkait penulisan press release yang dimana hanya di ajarkan membuat satu lembar saja, tetapi nyata nya ketika praktikan membuat press release di kantor itu terdapat press release yang melebihi dari satu halaman. 4.2 Saran Pada laporan yang dibuat oleh Praktikan ini adalah tentang beberapa saran seta masukan dengan melihat dari apa yang sudah dilaksanakan oleh Praktikan selama masa

Kerja Profesi (KP). Berikut adalah Saran saya sebagai Praktikan atau penulis dari Kerja Profesi ini, yaitu: 4.2.1 Saran Untuk PT. Federal International Finance 1) FIFGROUP harus lebih aktif dan cepat dalam membuat press release terhadap pemberitaan – pemberitaan negative, karena jika tidak cepat ditangani bisa berdampak untuk reputasi perusahaan 2) FIFGROUP; harus; bisa; menjalin; komunikasi; yang; baik; antara; para; karyawan, dept head, hingga divisi lain agar tidak ketinggalan terkait kegiatan – kegiatan yang dilakukan perusahaan, karena ketika para karyawan ketinggalan berita maka nanti akan telat untuk melakukan publikasi 4.2.2 Saran Untuk IPTEK 1) Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Komunikasi Teknologi digital, seperti media sosial dan platform komunikasi internal, dapat digunakan untuk memperkuat interaksi dengan pemangku kepentingan eksternal dan internal. Penggunaan sistem manajemen komunikasi berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam penyebaran informasi, memperkuat citra perusahaan, dan mempermudah pengelolaan hubungan dengan media serta pihak terkait lainnya. 2) Menggunakan Data Analytic untuk Meningkatkan Strategi Komunikasi Teknologi analitik membantu memahami pola perilaku audiens dan efektivitas komunikasi yang disampaikan. Dengan mengolah data dari berbagai sumber, seperti respon publik dan keterlibatan di media sosial, perusahaan dapat menyebarkan dampak dari setiap komunikasi kampanye yang dilakukan dan mengarahkan strategi secara lebih efektif. B-37 3) Implementasi Artificial Intelligence (AI) pada Corporate Communication Teknologi AI dapat diterapkan dalam chatbot untuk menjawab pertanyaan umum dari pemangku kepentingan secara real-time. Selain itu, AI juga dapat membantu dalam analisis sentimen untuk memahami persepsi publik terhadap perusahaan, terutama dalam krisis manajemen. 4) Memanfaatkan Teknologi Video dan Visual untuk Meningkatkan Engagement Menggunakan video interaktif dan konten visual menarik, yang diproduksi dengan teknologi modern, dapat meningkatkan perhatian audiens di berbagai platform digital. Video pendek.



REPORT #24109997

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>3.13%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8173/11/11.%20BAB%201.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8173/11/11.%20BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.91%</b> www.lspr.ac.id <a href="https://www.lspr.ac.id/menulis-press-release/">https://www.lspr.ac.id/menulis-press-release/</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.65%</b> core.ac.uk <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.52%</b> fifgroup.co.id <a href="https://fifgroup.co.id/lomba-video-kreatif-mahasiswa-fifgroup-video-youth-com...">https://fifgroup.co.id/lomba-video-kreatif-mahasiswa-fifgroup-video-youth-com...</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.47%</b> www.academia.edu <a href="https://www.academia.edu/67970676/Laporan_Kuliah_Kerja_Praktek_KKP_Arst...">https://www.academia.edu/67970676/Laporan_Kuliah_Kerja_Praktek_KKP_Arst...</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.34%</b> kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/14318/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/14318/4/BAB_II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.34%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3662/13/BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3662/13/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.33%</b> journal.lspr.edu <a href="https://journal.lspr.edu/index.php/communicare/article/download/89/55/356">https://journal.lspr.edu/index.php/communicare/article/download/89/55/356</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.28%</b> repository.fe.unj.ac.id <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/5058/1/Laporan%20PKL%20FULL.pdf">http://repository.fe.unj.ac.id/5058/1/Laporan%20PKL%20FULL.pdf</a>	●



REPORT #24109997

INTERNET SOURCE

10. **0.17%** core.ac.uk

<https://core.ac.uk/download/pdf/159371056.pdf>



INTERNET SOURCE

11. **0.16%** repository.polimdo.ac.id

<https://repository.polimdo.ac.id/847/1/Bab%20I.pdf>



INTERNET SOURCE

12. **0.14%** rankpillar.com

<https://rankpillar.com/cara-membuat-press-release-yang-baik-dan-menarik/>



INTERNET SOURCE

13. **0.04%** www.waze.com

<https://www.waze.com/live-map/directions/id/daerah-khusus-ibukota-jakarta/j...>

