

BAB III PELAKSANAAN MAGANG

3.1. Bidang Magang

ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) merupakan Holding Pangan BUMN yang memiliki 16 anak perusahaan yang bergerak di bidang Pertanian & Agro Industri, Perikanan & Peternakan, serta Perdagangan & Logistik. Dalam kegiatan penyaluran atau distribusi, ID FOOD melakukan tugas dibawah pengawasan pemerintah dan juga sejalan dengan Badan Pangan Nasional. Sebagai Holding Pangan BUMN, ID FOOD bertugas untuk mendistribusikan bahan pangan ke seluruh Indonesia. ID FOOD memiliki beragam aktivitas mengenai pendistribusian pangan dari hulu hingga hilir, sehingga kebutuhan pangan pokok di seluruh daerah di Indonesia dapat terpenuhi.

Dalam laporan kerja praktik ini, praktikan mendapat kesempatan untuk bergabung langsung dalam tim *corporate communication* ID FOOD. Sehingga praktikan dapat terjun secara langsung dalam aktivitas kerja *Public Relation*, dan membantu tim ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) dalam berhubungan dengan media, menulis press release atau naskah publikasi, serta melakukan media monitoring. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga dan memonitoring pemberitaan serta citra perusahaan dimata masyarakat.

Corporate communication menurut Van Riel dalam (Afianto, 2021) dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi internal dan eksternal perusahaan. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan kelompok yang menjadi pemangku kepentingan perusahaan. Komunikasi perusahaan harus terintegrasi secara efektif, sehingga semua komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan tujuan perusahaan.

Selain menjaga komunikasi perusahaan, *corporate communication* juga fokus untuk memperkuat hubungan dengan *stakeholder* melalui komunikasi dan juga kegiatan perusahaan. Divisi *corporate communication* pada perusahaan ID FOOD mempunyai tugas untuk menjaga citra ID FOOD sebagai Holding Pangan BUMN yang mampu menjalankan tugas berdasarkan visi, misi, serta tujuan perusahaan. *Corporate communication* berfungsi untuk membuat publikasi terkait kegiatan internal maupun eksternal yang dilakukan perusahaan.

Divisi *corporate communication* ID FOOD juga menjalani tugas sebagai seorang *public relations* atau humas, dimana seperti pengertian *corporate communication* diatas yang mengatakan bahwa salah satu tugasnya yaitu sebagai perantara antara pihak internal perusahaan dengan eksternal. Maka dari itu, peran PR pada ID FOOD terdapat pada divisi *corporate communication*. Deskripsi kerja yang dilakukan oleh praktikan saat melakukan magang pada divisi tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Berhubungan dengan Media

Praktikan menghubungi media untuk melakukan koordinasi terkait materi publikasi yang diinginkan oleh beberapa media mengenai kegiatan ID FOOD. Dalam hal ini, praktikan juga melakukan koordinasi terkait *sponsorship* atau pembayaran majalah kepada beberapa media. Seperti halnya tugas seorang Public Relation yang harus menjaga relasi baik dengan media, praktikan melakukan komunikasi dengan rekan media guna menjaga relasi baik antara perusahaan dengan pihak-pihak media. ID FOOD menggunakan seluruh strategi untuk mempublikasikan kegiatan perusahaan seperti menggunakan relasi dengan media untuk mempublikasikannya secara cepat.

2. Membuat Press Release atau Narasi

Dalam divisi *corporate communication*, praktikan membuat beberapa press release sebagai publikasi dari ID FOOD dalam beberapa kegiatannya. Press release yang ditulis oleh praktikan nantinya akan mendapat revisi dari AVP (*Assistant Vice President*), kemudian press release tersebut dirilis dan diserahkan kepada beberapa media *tier 1* untuk dipublikasikan. Praktikan juga melakukan revisi atau penambahan informasi pada press release yang telah dibuat oleh AVP. Membuat press release atau narasi sesuai dengan kaidah yang ada yaitu terdapat unsur 5W+1H untuk menjelaskan sebuah kejadian.

ID FOOD selalu menyertakan kutipan dari narasumber yang menguatkan narasi, seperti data ataupun kalimat penting terkait kegiatan yang sedang berlangsung. Press release kegiatan ID FOOD ditulis berdasarkan dampak positif yang terjadi kepada masyarakat maupun mitra petani, nelayan, atau peternak. Hal tersebut merupakan bagian dari strategi humas dalam menuliskan press release, supaya terdapat *news*

value dalam narasi yang dibuat dan membuat orang tertarik untuk membaca maupun mengetahui lebih jauh mengenai kegiatan lain perusahaan.

3. Melakukan Peliputan

Praktikan melakukan peliputan untuk membuat materi publikasi seperti narasi atau pun transkrip guna bahan press release. Kegiatan yang diliput dapat dilakukan secara daring maupun luring. Sebagai seorang praktisi humas yang bertugas untuk menulis press release, ada kalanya humas melakukan peliputan singkat atau pengamatan mengenai sebuah kegiatan yang nantinya akan ditulis sebagai press release. Peliputan dilakukan supaya humas mengetahui secara pasti mengenai data-data yang akan ditulisnya dalam press release, tidak hanya melihat dari data saja, melainkan humas nantinya bisa mengembangkan tulisannya dengan melihat apa saja yang terjadi dalam kegiatan yang

- ditulis.

Praktikan melakukan peliputan sebagai bahan dasar penulisan press release maupun narasi, peliputan yang dilakukan tidak mendetail, melainkan sekilas mengenai inti kegiatan. Bagian terpenting ada pada sambutan dan ketika narasumber menjelaskan materinya. Dari liputan tersebut, praktikan mendapatkan data dan informasi yang nantinya dapat dituliskan sebagai narasi atau pendukung press release.

4. Melakukan Media Monitoring

Tiap perusahaan pasti melakukan publikasi kegiatan, agar masyarakat mengetahui apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan. Press release yang telah dibuat oleh PR perusahaan akan ditulis ulang dengan sudut pandang yang berbeda oleh beberapa media. Maka dari itu dilakukan media monitoring untuk memastikan pemberitaan yang dipublikasikan oleh media tidak berbeda jauh dengan press release yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

3.1.1. Manajemen Hubungan Media Massa

Sebagai anggota dalam divisi *corporate communication* yang berperan sebagai humas perusahaan, praktikan mendapatkan berbagai pengalaman yang berkaitan dengan media. Divisi *corporate*

communication sangat dekat dengan kehidupan media, salah satunya media massa yang memang digunakan sebagai tempat publikasi. ID FOOD menggunakan *owned* media sebagai tempat publikasi kegiatan internal perusahaan seperti rapat, sampai ulang tahun perusahaan. Maka dari itu praktikan berkesempatan untuk mengelola konten dari media sosial perusahaan.

Praktikan mendapatkan pekerjaan untuk menulis narasi, dimana narasi yang dimaksud merupakan press release singkat yang ditulis dalam foto sebagai penjelasan gambar. Narasi yang ditulis oleh praktikan tidak lepas dari kelengkapan unsur berita yaitu 5W+1H, praktikan harus menjelaskan mengenai kegiatan secara detail untuk menggambarkan apa saja yang terjadi, bagaimana kegiatan tersebut berjalan, dimana tempat pelaksanaan kegiatan, siapa saja yang terlibat dalam kegiatan tersebut, kapan kegiatan tersebut berlangsung, serta mengapa kegiatan tersebut diadakan.

Dalam melakukan publikasi, ID FOOD pastinya melakukan hubungan dengan media massa. Hal ini penting untuk keperluan publikasi maupun relasi antara *stakeholder* dengan perusahaan. Dimana dengan adanya hubungan baik dengan media, maka artikel terkait ID FOOD akan dibantu pelaksanaan publikasi nya. Mulai dari angle pemberitaan hingga pengunggahan artikel di media massa.

ID FOOD juga melakukan publikasi menggunakan *paid* media dan *shared* media. Beberapa media yang mempublikasikan hasil kinerja ID FOOD merupakan media yang baru, sehingga ID FOOD perlu membayar media tersebut sebagai hasil timbal balik publikasi yang telah mereka lakukan. Praktikan juga terlibat dalam proses tersebut, yaitu menyiapkan materi publikasi sesuai dengan kemauan media yang terdiri dari foto dan narasi. Sedangkan untuk *shared* media, ID FOOD menggunakan relasi rekan-rekan media untuk melakukan publikasi kegiatan perusahaan.

ID FOOD memiliki agenda setting tersendiri untuk media sosial mereka (Instagram, Twitter, Facebook), dimana agenda setting tersebut sudah terdaftar dalam Kementerian BUMN. Sehingga materi publikasi yang terdapat dalam agenda setting harus disiapkan dengan matang dan sesuai dengan tanggal yang telah dituliskan. Agenda

setting biasanya merupakan materi publikasi dari kegiatan besar perusahaan seperti kegiatan distribusi maupun Program Makmur sinergi BUMN. Praktikan tidak terlibat secara penuh dalam hal ini, tetapi praktikan membantu AVP *corporate communication* untuk membaca data mentah yang nantinya akan dituliskan dalam press release sebagai bahan publikasi.

ID FOOD sebagai Holding Pangan BUMN memiliki *social media ranger* yang berfungsi untuk meningkatkan kuantitas publikasi BUMN. *Social media ranger* merupakan strategi humas BUMN untuk media sosial setiap perusahaan BUMN, dimana *ranger* yang bertugas untuk melakukan publikasi pemberitaan dibayar oleh masing-masing perusahaan BUMN tempat mereka bertugas. *Social media ranger* dimanfaatkan sebaik mungkin guna meningkatkan insight dari tagar pemberitaan yang telah dibuat oleh masing-masing perusahaan. Agenda setting yang telah terdaftar dalam Kementerian BUMN adalah hal inti yang nantinya akan dipublikasikan oleh *ranger*. *Ranger* tidak hanya bertugas untuk mempublikasikan pemberitaan di satu perusahaan BUMN saja, melainkan bertugas untuk mempublikasikan seluruh berita di semua perusahaan BUMN.

3.1.2. Manajemen Krisis

Melakukan pendataan dalam media monitoring sebagai salah satu cara ID FOOD melihat bagaimana perkembangan perusahaan dari sudut pandang eksternal. Cara mengatasi masalah dari sebuah isu, terutama dalam hal pangan, ID FOOD selalu mengandalkan kegiatan media monitoring untuk mencari data yang terkait dengan isu tersebut. ID FOOD melakukan riset terlebih dahulu jika terdapat isu pangan yang kira-kira dapat menyebabkan efek negatif terhadap perusahaan. Setelah itu, ID FOOD membuat press release dari sudut pandang perusahaan yang memberikan dampak positif.

Selama praktikan melaksanakan kegiatan magang pada perusahaan ID FOOD, langkah yang dilakukan perusahaan jika ada isu hanya sampai tingkat informatif. Dimana perusahaan memberikan penjelasan melalui press release maupun postingan dalam media sosial nya, yang bertujuan memberitahukan masyarakat atau publik

bahwa isu tersebut tidak terjadi pada perusahaan. Selama isu tersebut masih hangat diberitakan, maka perusahaan tidak melakukan publikasi yang berkaitan dengan isu tersebut. Hal ini dilakukan supaya tidak menimbulkan kesalahpahaman dan membuat masalah baru bagi perusahaan.

Dalam hal ini, praktikan membantu perusahaan untuk melakukan media monitoring dan menilai apakah berita tersebut negatif, positif atau netral. Setelah melakukan media monitoring dan dirasa tidak ada isu yang dapat menimpa perusahaan, maka ID FOOD tetap melakukan publikasi mengenai kegiatan eksternal yang berisi pemberitaan positif dan dapat meningkatkan citra baik perusahaan.

Manajemen krisis yang didapatkan oleh ID FOOD tidak hanya dalam pemberitaan, melainkan juga dalam internal perusahaan. Manajemen krisis dilakukan untuk mengatasi keadaan darurat yang dialami perusahaan, jika dirasa menghambat proses kerja maka ada hal yang perlu dilakukan untuk mengatasinya. ID FOOD sendiri sudah melaksanakan manajemen krisis dengan cepat tanggap untuk publikasi terkait perusahaan, sedangkan untuk komunikasi internal ID FOOD masih mempertahankan adanya struktur organisasi untuk mengatur jalannya komunikasi antar karyawan.

3.1.3. Hukum dan Etika Profesi Hubungan Masyarakat

ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) memiliki kaidah-kaidah atau aturan terkait kegiatan yang dilakukan oleh praktisi *public relation* perusahaan. Aturan tersebut mengikat cara kerja praktisi untuk bekerja secara profesional, serta membuat alur pekerjaan teratur. Dalam praktiknya, seorang humas terlihat memegang teguh prinsip dan etika profesi humas. Dimana terdapat kejujuran dan profesionalitas yang tinggi dalam tiap pekerjaan yang mereka kerjakan.

Praktisi humas dalam PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) selalu menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal seperti media, *stakeholder*, rekan humas perusahaan lain, dan publik. ID FOOD sering bekerja sama dengan perusahaan BUMN maupun swasta lain, sehingga terkadang humas perusahaan membuat press release

kolaborasi. Press release tersebut merupakan hasil tulisan dari humas beberapa perusahaan yang kemudian di publikasikan serentak pada website masing-masing perusahaan dan juga rekan-rekan media. Maka dari itu, sebagai seorang PR harus menjunjung tinggi etiket, baik itu secara personal maupun etiket perusahaan.

Seorang humas merupakan cerminan dari perusahaannya, karena mereka lah yang berinteraksi dengan dunia luar. Humas dari ID FOOD sering dikunjungi oleh pihak media untuk melakukan peliputan, meminta data, maupun hanya sekedar berkunjung. Seperti yang diketahui, media selalu mencari celah untuk melakukan tanya jawab terkait isu yang pernah terjadi dalam perusahaan. Maka dari itu, seorang PR harus berhati-hati dalam berbicara dengan media. Humas ID FOOD selalu membawa *recorder* atau alat perekam, yang berfungsi untuk merekam obrolan dengan media. Hal ini dapat dijadikan barang bukti jika suatu saat nanti terdapat suatu hal negatif yang ditulis oleh media. Hal ini juga merupakan etika humas dalam berbicara dan menghindari isu baru jika hal tersebut tidak terbukti benar.

Praktikkan menjalani fungsi humas pada divisi komunikasi korporasi ID FOOD, dimana sebagai seorang PR mampu untuk menulis press release, membuat draft narasi, dan memilah proposal sponsorship. Sebagai seorang PR, praktikkan mampu menghadapi berbagai proses komunikasi yang ada di perusahaan. Praktikkan mempelajari etika berkomunikasi dengan atasan, sesama karyawan, bahkan hingga pihak eksternal. Adanya etika PR dipegang teguh oleh divisi komunikasi korporasi ID FOOD, untuk mempertahankan citra baik perusahaan dimata publik maupun *stakeholder*.

Selain itu pada divisi komunikasi korporasi yang juga menjalankan fungsi kehumasan, praktikkan mendapat banyak pelajaran seperti penggunaan kata-kata yang dipilih dalam menulis narasi dalam media sosial dan juga press release. Sehingga narasi tersebut tidak di salah artikan oleh publik atau pembaca mengenai perusahaan. Adanya pemilihan kata yang tepat juga merupakan etika kehumasan untuk menghindari terjadinya isu pada perusahaan. Praktikkan melihat bahwa divisi komunikasi korporasi telah melakukan hal tersebut pada tiap narasi yang dirilis.

3.1.4. Kerja Profesi

Selama melakukan magang di PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) atau ID FOOD, praktikan belajar banyak hal mengenai dunia kerja yang sesungguhnya. Praktikan mengetahui dan menjalani peraturan perusahaan, mulai dari waktu bekerja hingga cara bekerja sesuai dengan struktur organisasi yang ada. Praktikan melakukan magang dalam divisi *corporate communication*, dimana divisi tersebut juga berperan sebagai PR atau humas perusahaan. Sehingga kegiatan magang ini sangat berkesinambungan dengan ilmu komunikasi atau fokus kuliah yang diambil oleh praktikan.

Praktikan menjalani aktivitas *public relations* seperti yang telah dipelajari pada perkuliahan, seperti riset untuk membuat konten hingga membuat *press release*. Praktikan merasa bahwa hal-hal yang telah dipelajari selama perkuliahan sangat membantu pada kenyataan dunia kerja. Segala tugas perkuliahan yang berhubungan dengan kegiatan humas diterapkan oleh Praktikan pada pelaksanaan magang MBKM.

Praktikan menjalankan kegiatan magang bersama dengan peserta PMMB lainnya, dimana peserta PMMB tersebut merupakan rekan kerja satu angkatan praktikan. Sehingga praktikan mengetahui pedoman dan peraturan perusahaan dari peserta magang lainnya. Praktikan juga mengetahui pekerjaan divisi lain karena obrolan yang terjadi antara peserta magang, sehingga praktikan mengetahui secara garis besar apa saja yang dikerjakan oleh perusahaan.

Praktikan terlibat secara penuh dalam divisi *corporate communication*, sehingga praktikan mengetahui cara kerja divisi tersebut. Selama 6 bulan praktikan bekerja sesuai dengan perintah dari AVP, dimana hal tersebut sesuai dengan struktur organisasi yang berlaku. ID FOOD bekerja secara terstruktur, terkadang hal tersebut dapat memperlambat proses suatu pekerjaan. Hal ini dikarenakan waktu dari AVP, EVP, VP, dan Direksi sangat padat sehingga sulit untuk ditemui. Praktikan juga mengetahui cara untuk berinteraksi kepada atasan maupun karyawan antar divisi, karena terdapat beberapa pekerjaan yang mewajibkan praktikan untuk meminta persetujuan berbagai pihak internal.

Pada mata kuliah kerja profesi, praktikan menyadari bahwa terdapat hal-hal yang dapat diterapkan pada kehidupan kerja. Seperti pada penulisan narasi hingga cara berkomunikasi dengan orang lain. Pada kenyataan dunia kerja, praktikan melihat bahwa seorang humas atau PR wajib menjaga citra perusahaan. Hal ini berkaitan dengan mata kuliah yang telah praktikan pelajari selama di perkuliahan. Sehingga selama menjalani magang MBKM, praktikan merasa sangat terbantu dengan hal-hal yang telah dipelajari selama ini.

3.1.5. Seminar Komunikasi

Praktikan mendapatkan kesempatan untuk melakukan riset, dimana hal ini juga terdapat dalam mata kuliah seminar komunikasi. Riset yang dilakukan praktikan yaitu melalui pencarian data dalam internet, maupun bertanya langsung kepada pihak terkait (dalam hal ini adalah anak perusahaan ID FOOD Group). Riset yang dilakukan guna membuat *timeline* sosial media, e-magazine, dan membuat narasi caption. Praktikan melakukan riset bahan-bahan yang dapat digunakan sebagai referensi maupun data pendukung untuk pekerjaan yang diberikan oleh atasan.

Praktikan melakukan riset untuk sosial media dengan cara mencari referensi gambar, caption, dan ide dari sosial media perusahaan lain yang sering dijadikan sebagai acuan. Setelah praktikan melakukan riset, selanjutnya praktikan mengembangkan ide dari hasil temuan untuk digunakan sebagai bahan postingan di media sosial. Misalnya adalah games, praktikan mencari referensi games untuk *giveaway* di media sosial dari perusahaan lain, setelah itu praktikan berkoordinasi dengan rekan kerja yang bertugas untuk mendesain dan membuat *dummy* atau contoh dari ide yang telah dipikirkan, setelah itu praktikan bersama dengan tim magang divisi *corporate communication* melakukan konsultasi dengan karyawan, setelah dirasa tidak ada yang kurang, praktikan menyerahkan *dummy* kepada AVP untuk mendapat persetujuan.

Praktikan juga melakukan riset untuk baha e-magazine ID FOOD Group. Bersama dengan tim magang divisi *corporate communication*, praktikan mengumpulkan data yang terdiri dari foto dan juga press

release maupun data mentahan dari ID FOOD Group. Setelah mendapatkan data, praktikan mulai menyusun narasi majalah dan membaginya dalam sub tema yaitu TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan), *corporate action*, dan *corporate issue*. Setelah narasi selesai, praktikan menyerahkannya kepada tim desain untuk dimasukkan kedalam template majalah. E-Magazine terus mendapatkan revisi karena desain yang tidak sesuai keinginan dan beberapa tambahan kegiatan dari divisi lain. Setelah mendapat persetujuan Direktur Utama, majalah pun dibagikan secara daring melalui e-mail karyawan dan di distribusikan kepada ID FOOD Group melalui PIC masing-masing anak perusahaan.

Pada PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) atau ID FOOD, praktikan melihat adanya hal-hal yang menarik untuk dilakukan penelitian. Mengingat bahwa ID FOOD merupakan perusahaan yang baru saja diresmikan sebagai Holding Pangan BUMN, praktikan melihat dari sisi komunikasi terdapat beberapa hal yang dapat ditingkatkan oleh ID FOOD. Seperti jalannya media relations atau hubungan baik dengan media, selama praktikan melakukan magang MBKM, aktivitas media relations belum sepenuhnya dijalankan oleh perusahaan. Selain itu, hadirnya ID FOOD sebagai Induk atau Holding dalam bidang pangan yang memiliki 16 anak perusahaan, ID FOOD mungkin memiliki cara tersendiri untuk melakukan publikasi mengenai kegiatan anak perusahaannya. Hal-hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti, mengingat bahwa adanya mata kuliah seminar komunikasi berkaitan dengan penelitian, maka dapat dilakukan penelitian dengan mengangkat tema seperti diatas.

3.2. Pelaksanaan Magang

3.2.1. Manajemen Hubungan Media Massa

Sesuai dengan bidang kerja seorang *public relation*, praktikan menjalin hubungan baik dengan beberapa media untuk bertukar informasi terkait agenda perusahaan maupun informasi mengenai perusahaan. Mengingat bahwa ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) baru diresmikan menjadi Holding Pangan BUMN pada bulan Januari 2022, sehingga informasi yang beredar pun masih

kurang. Praktikan menjalin hubungan dengan rekan-rekan media untuk memberikan informasi terkait kegiatan perusahaan maupun personal mengenai informasi para direksi yang biasanya dimuat dalam majalah dalam bentuk biografi. Kegiatan yang dilakukan praktikan merupakan penerapan dari salah satu mata kuliah manajemen hubungan media massa, dimana mahasiswa mampu memahami proses membangun dan membina hubungan yang baik dengan pihak media massa.

Praktikan juga menghubungi rekan-rekan media menggunakan surat resmi dari perusahaan, dengan tujuan untuk mengundang dalam beberapa acara perusahaan. Dalam hal ini, praktikan menulis surat resmi sebagai undangan untuk para media supaya hadir dan meliput kegiatan yang diselenggarakan ID FOOD di luar kota, seperti pada acara Seremonial Resi Gudang Perdana di Jawa Timur. Hal ini juga menjadi salah satu realisasi untuk berhubungan dengan media massa, dimana praktikan dapat memahami dan membuat sarana komunikasi dengan media massa.

Dalam kegiatan magang ini, praktikan menjalankan tugas sebagai seorang humas yang berfungsi untuk melakukan publikasi. Pada mata kuliah manajemen hubungan media massa dijelaskan bahwa strategi yang dilakukan humas dalam perusahaan salah satunya adalah mendistribusikan press release. Press release yang dipublikasikan memperhatikan sudut pandang yang mengandung citra positif untuk perusahaan. Press release yang ditulis mengandung informasi penting mengenai kegiatan perusahaan, informasi yang ditulis berdasarkan fakta yang telah terjadi dan yang diucapkan oleh narasumber/orang yang berkepentingan dalam suatu kegiatan perusahaan.



Gambar 3. 1 Kegiatan kumpul bersama rekan media dalam acara ‘Ngopi BUMN’ di Kementerian BUMN (Dokumentasi Pribadi Praktikan)

Praktikan melakukan kegiatan bersama dengan rekan media guna menjaga relasi yang baik antara perusahaan dengan media. Gambar diatas merupakan salah satu kegiatan 'Ngopi BUMN', dimana acara tersebut difasilitasi oleh Kementerian BUMN kepada seluruh perusahaan BUMN agar dapat berinteraksi langsung dengan media. Dalam kegiatan ini, praktikan bertugas untuk mengamati media terkait pertanyaan yang disampaikan kepada Direktur Utama ID FOOD yang merupakan narasumber dari acara tersebut. Selain itu, praktikan juga memahami cara media untuk membuat suatu berita maupun sebuah video.

Praktikan bersama tim PMMB divisi *corporate communication* diberi tugas untuk membuat *e-magazine*. Dimana hal ini merupakan *owned media* ID FOOD Group yang berupa majalah online, majalah tersebut berisi kegiatan yang telah dilakukan oleh ID FOOD Group selama 1 bulan. Praktikan bertugas untuk menuliskan narasi dan meriset kegiatan apa saja yang telah dilakukan oleh ID FOOD Group dalam periode tertentu. Praktikan dan reka kerja lainnya membuat ide dasar terkait tema, dimana *grand theme* telah ditentukan oleh Direktur Utama dan tim akan membuat tema turunan per bab yang ada dalam majalah tersebut. Hasil dari *e-magazine* disebarakan secara internal kepada karyawan ID FOOD Group.

Hubungan baik dengan media berkaitan dengan mata kuliah hubungan manajemen hubungan media massa, karena praktikan secara langsung mengetahui cara-cara untuk membangun hubungan baik dengan media. Selain itu, praktikan juga menghadiri media gathering yang dilaksanakan oleh Kementerian BUMN sebagai salah satu aktivitas media relations. Selain itu, praktikan juga berkesempatan untuk menghubungi media untuk keperluan publikasi. Hal ini menjadi salah satu cara ID FOOD dalam melakukan hubungan baik dengan media, yaitu dengan mengirim *press release* atau memberitahu kegiatan terkini perusahaan.

3.2.2. Manajemen Krisis

Dalam praktiknya, ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) pernah mengalami isu yang sempat membuat perusahaan berusaha untuk membangun kembali citra baik perusahaan. ID FOOD yang bergerak dalam bidang pangan pun pastinya menghadapi berbagai macam krisis, khususnya dalam isu pangan yang menjadi tantangan bagi ID FOOD untuk mengatasi isu tersebut terhadap citra perusahaan. Pada awal 2022, isu pangan sangat sensitif untuk dibahas karena hal tersebut menjadi perbincangan terkait stok pangan dan keberlanjutan hidup bagi masyarakat Indonesia. Selain pemerintah yang di sorot dalam tugasnya untuk menyediakan persediaan pangan, ID FOOD sebagai Holding Pangan, juga selalu disorot mengenai kegiatan perusahaan.

Hal tersebut membuat praktikan belajar tentang bagaimana mengatasi krisis atau ketika perusahaan terkena isu negatif. Praktikan mendapat kesempatan untuk membantu praktisi PR ID FOOD untuk memonitoring pemberitaan yang ada di internet terkait dengan ID FOOD atau pun kata kunci yang terkait dengan ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero). Dari pemberitaan tersebut akan menjadi data bagi perusahaan mengenai perspektif media dan masyarakat terkait isu negatif yang melanda perusahaan.

Selain itu, praktikan juga melihat adanya krisis komunikasi yang terjadi dalam divisi komunikasi korporasi. Dalam divisi komunikasi korporasi, terjadi krisis komunikasi yang sering terjadi antar karyawan. Tentunya hal ini menghambat kinerja karyawan dalam memproduksi bahan publikasi dan juga laporan lainnya. Tetapi sistem komunikasi organisasi pada divisi komunikasi korporasi tetap berjalan sesuai struktur yang ada. Walaupun terjadi *miss* komunikasi antar karyawan, struktu organisasi tetap diperhatikan untuk meminta persetujuan maupun berdiskusi terkait sebuah masalah.

Hal ini menjadi salah satu bentuk manajemen krisis, dimana hal-hal yang dirasa menghambat proses kerja harus segera diselesaikan. Cara ID FOOD menyelesaikannya adalah dengan melakukan monitoring pemberitaan secara berkala setiap hari, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat memberikan respon cepat jika ada pemberitaan yang

tidak sesuai dengan kenyataan perusahaan. Sehingga praktikan mendapati adanya penerapan yang sesuai dengan mata kuliah manajemen krisis pada divisi komunikasi korporasi ID FOOD.

Selain dalam bentuk pemberitaan, ID FOOD juga memegang teguh jalannya komunikasi antar karyawan sesuai dengan struktur organisasi perusahaan. Hal tersebut diterapkan agar tidak terjadi *miss* komunikasi dalam pekerjaan, sehingga karyawan harus melewati prosedur untuk melakukan kesepakatan untuk sebuah pekerjaan. EVP sekretaris korporasi akan memerintah sebuah tugas kepada AVP komunikasi korporasi, lalu AVP akan memberikan tugas tersebut kepada karyawan. Hal sebaliknya juga berlaku untuk karyawan yang hendak mengumpulkan hasil pekerjaannya kepada EVP sekretaris korporasi, dimana karyawan harus berkomunikasi atau menjelaskannya terlebih dahulu kepada AVP Komunikasi korporasi, selanjutnya AVP komunikasi korporasi yang akan memberikan tugasnya kepada EVP Sekretaris korporasi.

3.2.3. Hukum dan Etika Profesi Humas

Dalam pelaksanaan magang, praktikan berkesempatan untuk melakukan beberapa liputan *offline* dan juga kunjungan kerja. Praktikan menjadi tahu cara seorang humas melakukan kunjungan kerja dan apa saja yang harus dilakukan ketika bertemu dengan rekan humas dari perusahaan lain. Praktikan mengunjungi Komisi Informasi Pusat sebagai kunjungan kerja ID FOOD dalam rangka masa penilaian Informasi Publik. Disini, ID FOOD meminta bimbingan Komisi Informasi Pusat, yang memang menyediakan bimbingan bagi tiap perusahaan BUMN untuk mendampingi dan menjadi mentor selama masa penilaian.

ID FOOD merupakan Holding Pangan BUMN, sehingga apapun yang dilakukan harus berdasarkan surat dan keputusan EVP maupun Direksi. Pada saat itu, ID FOOD melakukan kunjungan juga berdasarkan perintah surat EVP untuk meminta Komisi Informasi Pusat membimbing perusahaan agar nilai yang diperoleh lebih tinggi daripada sebelumnya. Dari kunjungan tersebut, praktikan memahami bahwa seorang humas yang melakukan kunjungan bergerak atas dasar surat dari EVP maupun

Direktur Utama. Sehingga terdapat etika perusahaan yang dilakukan oleh humas, ketika melakukan kunjungan.

Selain itu, praktikan juga mendapatkan ilmu baru terkait pendekatan dengan media. Humas merupakan seorang informan yang paling dekat dengan wartawan, maka dari itu jika bertemu dengan wartawan maka humas akan berhati-hati dengan jawaban ataupun kata-kata yang diutarakan. Praktikan pernah bertemu dengan rekan-rekan media dalam sebuah acara perusahaan, dalam kegiatan tersebut terlihat bahwa humas dari ID FOOD mengenal semua wartawan yang hadir, dalam acara tersebut disediakan juga berbagai makanan dan juga *souvenir* untuk wartawan yang hadir.

Humas ID FOOD menerapkan rasa hormat dalam pilar etika media relations. Bertindak dengan profesional setiap saat dan memperlakukan media dengan rasa hormat selayaknya partner kerja, dalam kegiatan tersebut terlihat dari cara humas ID FOOD memberikan tempat yang nyaman untuk media melakukan peliputan, makanan untuk seluruh wartawan yang hadir, dan juga *souvenir* produk ID FOOD Group yang ditujukan agar wartawan mengingat acara tersebut.

Selain kedua hal tersebut, divisi *corporate communication* ID FOOD juga melakukan perlindungan hak cipta atau *copyrights* untuk seluruh produk PR yang telah dibuat. Maka dari itu, humas ID FOOD selalu melakukan pengecekan dokumen yang dibantu oleh divisi Legal supaya segala berkas divisi *corporate communication* tidak ada yang hilang maupun dicuri oleh orang lain karena belum memiliki hak cipta. ID FOOD juga melindungi produk PR dari anak perusahaan, karena dalam logo setiap anak perusahaan terdapat logo Holding Pangan BUMN ID FOOD.

Dalam pekerjaannya, divisi *corporate communication* selalu terkoneksi dengan pihak eksternal. Maka dari itu, humas ID FOOD selalu menggunakan teknik *lobbying* yang termasuk dalam salah satu jenis perusasi. Salah satu nya pada kunjungan kerja ID FOOD ke Komisi Informasi Pusat yang meminta agar Komisi Informasi Pusat membimbing ID FOOD selama masa penilaian. Humas ID FOOD melakukan berbagai teknik *lobbying* supaya Komisi Informasi Pusat dapat menjadi pembimbing. Pihak Komisi Informasi Pusat akhirnya

meyetujui permintaan ID FOOD, tetapi dengan berbagai ketentuan yang nantinya akan dijalankan oleh kedua belah pihak.

Komisi Informasi Pusat hanya bisa melakukan bimbingan pada hari tertentu secara *offline* dan pihak ID FOOD harus mengunjungi kantor Komisi Informasi Pusat, sedangkan di hari lain Komisi Informasi Pusat dapat melakukan bimbingan tetapi secara *online*. Hal tersebut menjadi *win-win solutions* bagi ID FOOD dan Komisi Informasi Pusat, sehingga terjadi kesepakatan.

3.2.4. Kerja Profesi

Selama melaksanakan kegiatan magang, praktikan mendapatkan berbagai ilmu dalam dunia komunikasi yang dapat di praktekkan secara langsung. Salah satunya adalah menulis narasi dari sudut pandang perusahaan dengan *tone* positif. Praktikan merasa bahwa penulisan *press release* yang dilakukan selama belajar di perkuliahan ternyata masih dapat menimbulkan kesalahpahaman dan pertanyaan bagi publik yang membacanya. Dengan adanya bimbingan dari mentor selama masa magang, praktikan memahami cara memilih kata-kata dan penyusunan paragraf yang baik sehingga tidak menimbulkan salah arti maupun arti ganda.

Praktikan mendapatkan ilmu terkait penulisan narasi karena praktikan dilibatkan untuk membuat *press release*, *caption*, dan narasi. Praktikan belajar dari pengalaman saat membuat narasi *caption* yang diambil dari *press release* anak perusahaan ID FOOD. Dimana saat itu praktikan hanya diberikan data melalui *press release* tersebut, sehingga praktikan merasa kesulitan untuk menulis ulang narasi dengan sudut pandang ID FOOD sebagai Holding Pangan BUMN. Awalnya praktikan membuat draft narasi, kemudian narasi tersebut direvisi oleh AVP dan diberi catatan cara untuk menulis yang benar dengan sudut pandang perusahaan. Akhirnya setelah membuat beberapa narasi, praktikan mempelajari hal baru cara menulis ulang *press release* perusahaan lain dengan mengganti sudut pandang menjadi sudut pandang ID FOOD sebagai Holding Pangan BUMN.

Sehingga dalam penulisan narasi dan *caption*, praktikan menjadi tahu hal penting apa saja yang perlu dicantumkan untuk dipublikasikan

melalui media sosial. Praktikan juga belajar cara untuk mengambil intisari *press release* dan membaca data untuk dituangkan kedalam narasi foto di instagram, supaya dapat dipahami dengan cepat oleh pembaca. Sebagaimana diketahui oleh praktikan secara teori bahwa penulisan pada caption dan narasi foto harus memiliki informasi yang jelas, tetapi pada praktiknya hal tersebut sulit untuk dilakukan. Praktikan banyak mempelajari untuk memilah dan mengerucutkan informasi penting untuk digunakan dalam caption maupun narasi foto konten.

Praktikan juga memahami cara untuk melakukan diskusi dengan tim saat melakukan suatu pekerjaan bersama dan belajar untuk menyampaikan dan menerima saran untuk pekerjaan tersebut. Sebagai sebuah tim, maka ada kalanya terjadi diskusi untuk menentukan sebuah ide atau gagasan, seperti pada pekerjaan *e-magazine* yang pernah dibuat oleh praktikan. Pengerjaan *e-magazine* tentunya memiliki berbagai macam ide yang ingin digunakan dari berbagai macam pihak, baik dari tim internal *e-magazine* maupun pihak eksternal. Permintaan dari berbagai pihak ini menjadi perdebatan untuk akhirnya digunakan dalam *e-magazine*. Maka dari itu, pengerjaan *e-magazine* memakan waktu yang cukup lama karena proses pengerjaan dan persetujuan yang lama.

Saat menghadapi permasalahan yang sebenarnya, maka teori atau hal yang dipelajari saat perkuliahan dapat membantu pada praktiknya. Ketika praktikan kesulitan untuk menentukan judul *e-magazine*, maka solusinya adalah membuat mini riset yang dilakukan dengan internal seperti dengan tim satu divisi pada sekretaris korporasi. Mini riset yang dilakukan untuk menentukan judul ini diambil dari mata kuliah strategi dan taktik humas, dimana sebelum melakukan aksi harus didasari dengan riset. Mini riset yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan menanyai orang-orang dalam divisi sekretaris korporasi terkait kegiatan apa saja yang paling diingat oleh tiap orang, dan dari hasil tersebut dapat diputuskan untuk membuat judul *e-magazine* yang mencakup inti dari majalah yang dikerjakan oleh praktikan.

3.2.5. Seminar Komunikasi

Dalam penulisan laporan magang ini, praktikan mendalami terkait kegiatan *corporate communication* pada perusahaan PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) / ID FOOD. Sebagaimana pada mata kuliah seminar komunikasi yang mendalami sebuah fenomena untuk diteliti, maka dalam laporan ini praktikan menemukan beberapa hal menarik untuk dapat diteliti. Pada Holding Pangan ID FOOD memiliki *social media rangers* yang berfungsi untuk meningkatkan engagement media sosial seluruh BUMN, salah satunya ID FOOD. *Social media rangers* atau bisa disebut sebagai *buzzer* BUMN, juga dapat membantu meningkatkan kuantitas publikasi di media sosial. Hal ini disebabkan karena setiap *rangers* wajib untuk mem-posting konten milik BUMN yang terdaftar, lengkap dengan *caption* dan juga tagar yang diberikan oleh tiap perusahaan. Nantinya tiap *rangers* akan melapor pada link tersedia terkait dengan konten apa saja yang sudah diunggah pada media sosial mereka.

Menurut praktikan, hal ini dapat dijadikan bahan penelitian yang dilihat dari keefektifan *social media rangers* dalam meningkatkan engagement media sosial Holding Pangan BUMN ID FOOD. Pada fenomena tersebut juga dapat diteliti terkait cara komunikasi antara ID FOOD dengan para *rangers*, seperti contoh 'bagaimana ID FOOD mempublikasikan informasi perusahaan melalui *social media rangers*?' Setiap *rangers* memiliki akun media sosial khusus untuk melakukan posting konten BUMN, ID FOOD sendiri memiliki 109 *rangers* yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi lebih luas lagi. Maka dari itu, hal ini menjadi menarik untuk diteliti.

Selain *social media rangers*, ID FOOD sebagai Holding Pangan BUMN yang berada dibawah Kementerian BUMN memiliki sistem skoring pemberitaan. Skoring ini diambil dari hasil pemberitaan yang dipantau melalui media monitoring setiap bulan, sehingga setiap bulan ID FOOD akan berlomba dengan BUMN di klaster pupuk dan pangan untuk menempati peringkat pertama. Hal ini menjadi menarik, karena dapat dilihat bagaimana cara ID FOOD melakukan media monitoring dan seberapa mendalamnya media monitoring digunakan untuk evaluasi pemberitaan.

Sesuai dengan pekerjaan yang praktikan dapatkan, media monitoring yang dilakukan oleh ID FOOD sangat mendalam. ID FOOD membuat laporan media monitoring setiap hari, dimana hasil dari media monitoring tersebut akan dikirim kepada seluruh karyawan sebagai salah satu bentuk transparansi hasil pemberitaan melalui email internal. Hal ini menarik untuk diteliti, karena ID FOOD sendiri sering menduduki peringkat kedua pada klaster pupuk dan pangan serta pernah mendapatkan peringkat pertama pada hasil skoring bulan November 2022. Target yang dimiliki ID FOOD dalam pemberitaan adalah menjadi yang teratas, namun sayangnya seringkali dikalahkan oleh BULOG yang mendapat publikasi terbanyak pada klaster pupuk dan pangan. Maka dari itu, menurut peneliti hal ini dapat dijadikan bahan penelitian untuk mengetahui urgensi media monitoring dalam evaluasi publikasi di Holding Pangan BUMN ID FOOD.

Praktikan mendapatkan banyak ilmu ketika melakukan kerja praktik di Holding Pangan BUMN ID FOOD, terdapat beberapa hal terkait komunikasi internal yang terkadang menjadi salah satu kekurangan dalam perusahaan ini. Maka dari itu, dilihat dari cara atau metode berkomunikasi pada divisi komunikasi korporasi ID FOOD dapat dicari tahu sisi apa yang sekiranya dapat diperbaiki. Hal ini terkait dengan komunikasi organisasi atau komunikasi interpersonal antara karyawan dengan atasannya, sehingga menurut praktikan dapat dijadikan bahan penelitian. Hal ini sesuai dengan apa yang dipelajari dalam seminar komunikasi, yaitu mengenai hal-hal menarik untuk diteliti.

ID FOOD memiliki berbagai macam cara menarik untuk melakukan penelitian, seperti yang telah praktikan jelaskan diawal bahwa terdapat beberapa hal menarik untuk diteliti. Praktikan juga menemukan bahwa hal-hal yang terkait dengan penulisan, cara berkomunikasi, konten media sosial, bahkan hingga evaluasi komunikasi perusahaan dapat dilakukan penelitian. Mengingat bahwa ID FOOD baru diresmikan pada Januari 2022, maka terdapat hal-hal yang belum dilaksanakan dengan maksimal oleh perusahaan.

3.2.6. Pekerjaan Lainnya

Praktikan diberikan beberapa *jobdesc* lain yang kurang berkaitan dengan kegiatan *public relation*, hal ini dilakukan oleh praktikan untuk menambah pengalaman dan juga membantu perusahaan untuk membuat dokumentasi maupun peliputan beberapa kegiatan baik secara *online* maupun *offline*.

A. Membuat Dokumentasi Kegiatan Perusahaan

Praktikan diminta untuk membantu melakukan dokumentasi beberapa kegiatan perusahaan yang berada dalam lingkungan kantor, seperti pada saat rapat koordinasi, kunjungan kerja dari perusahaan/instansi pemerintahan, dan *tapping* video untuk ucapan ulang tahun anak perusahaan ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero). Pada dasarnya, hal ini merupakan salah satu pekerjaan dalam lingkup *broadcast* karena harus mengetahui sudut pandang kamera yang benar dan bagaimana proporsi yang benar untuk mengambil sebuah gambar, apa saja yang harus didokumentasikan, dan bagaimana caranya agar foto tersebut dapat menggambarkan kegiatan yang sedang berlangsung. Praktikan melakukan sesi foto untuk dokumentasi kegiatan berdasarkan arahan dari karyawan yang ahli dalam bidang dokumentasi (foto/video), sehingga hasil dokumentasi yang diambil oleh peneliti tidak salah dan sesuai dengan standar perusahaan.

Praktikan melakukan pengambilan gambar menggunakan kamera dan peralatan pendukung lainnya yang telah disediakan oleh kantor, sehingga kualitas gambar yang diambil oleh praktikan tidak berbeda dengan foto lainnya yang juga diambil oleh rekan kerja lainnya. *Jobdesc* ini dilakukan oleh praktikan untuk mencoba pengalaman baru mengenai teknik pengambilan gambar yang sesuai dengan standar sebuah perusahaan. Seperti pada mata kuliah Media Audio Visual, terdapat beberapa sudut pandang yang dapat digunakan ketika memotret kegiatan menggunakan kamera. Perusahaan juga memiliki ketentuan tersendiri terkait *angel* yang bagus untuk diunggah atau untuk diabadikan, maka dari itu

praktikan belajar dan mengamati cara untuk mengambil gambar melalui kamera maupun *handphone*.

B. Melakukan Peliputan Secara *Online* Maupun *Offline*

Divisi *corporate communication* ID FOOD melakukan peliputan untuk segala kegiatan perusahaan, hal ini berfungsi untuk pemberitaan internal maupun eksternal. Mulai dari kegiatan internal seperti rapat Direksi sampai kegiatan besar perusahaan seperti Program Makmur atau kegiatan distribusi minyak goreng. ID FOOD melakukan publikasi ini agar kegiatan perusahaan bersifat transparan, dalam arti dapat diketahui oleh *stakeholder* secara terbuka.

Selama melaksanakan kegiatan magang di ID FOOD, praktikan mengikuti beberapa kegiatan perusahaan yang terlaksana secara *offline* maupun *online*. Praktikan melakukan peliputan untuk diunggah dalam Instagram *story* ID FOOD dengan tujuan pemberitaan kegiatan perusahaan. Praktikan melakukan peliputan kegiatan *offline* dengan cara mengunjungi tempat kegiatan dan melakukan pengamatan terhadap kegiatan, lalu praktikan menulis kata-kata sambutan maupun inti dari materi yang disampaikan oleh narasumber. Setelah mengumpulkan data, praktikan menulis narasi yang terdiri dari 5W + 1H untuk diserahkan kepada tim desain dan nantinya diunggah dalam *story* Instagram ID FOOD.

Peliputan secara *online* juga berlangsung sama seperti peliputan kegiatan *offline*, namun praktikan hanya meliput dan mengikuti kegiatan melalui *zoom*. Setelah melakukan peliputan, praktikan menyerahkan narasi kepada AVP (*Assistant Vice President*) untuk dilakukan pengecekan penulisan seperti pengejaan, nama narasumber, dan *typo*. Terkadang narasi yang telah ditulis akan ditambahkan beberapa informasi penting yang mungkin terlewat oleh praktikan, setelah itu akan dilanjut untuk diserahkan kepada tim desain. Bentuk narasi yang dibuat oleh praktikan menyerupai *press release* singkat, baik narasi dalam foto maupun narasi yang nantinya dijadikan *caption* Instagram.

C. Melakukan Pendataan *Social Media Ranger*

ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) merupakan Holding Pangan BUMN, dimana dalam tiap BUMN sendiri memiliki target untuk pemberitaan. Salah satunya adalah sosial media, dimana sosial media tiap BUMN digunakan sebagai tempat publikasi kegiatan yang berhubungan dengan kinerja masing-masing BUMN. BUMN memiliki *social media ranger* yang berfungsi untuk meningkatkan kuantitas pemberitaan dalam sosial media BUMN. ID FOOD sendiri sebagai Holding Pangan BUMN memiliki *social media ranger*, dibantu oleh beberapa *Member of ID FOOD*, jumlah *social media ranger* yang dimiliki adalah 106 orang.

Para *ranger* setiap hari nya mendapatkan materi publikasi dari Kementerian BUMN yang terdiri dari foto dan juga *caption*, nantinya materi tersebut diunggah dalam media sosial milik *ranger* yang telah terdaftar dalam Kementerian BUMN. Materi publikasi tersebut merupakan pemberitaan dari semua BUMN yang mana bahan tersebut sudah terdapat dalam agenda *setting* BUMN.

Dalam hal ini, praktikan melakukan rekap data dari *link* sosial media *ranger* yang telah mengunggah materi publikasi. Link tersebut di input oleh *ranger* ID FOOD dalam spreadsheets atau excel yang dapat diisi secara bersamaan. Praktikan melakukan rekap dengan cara melihat jumlah link yang telah diinput oleh para *ranger* dalam excel yang sudah disediakan. Dimana pelaporan rekap ini nantinya akan diserahkan kepada Kementerian BUMN dan akan dinilai seberapa banyak *ranger* yang telah melakukan tugas nya di Holding Pangan BUMN ID FOOD. Praktikan melakukan rekap dengan format yang telah disediakan oleh Kementerian BUMN, yang dilihat dari masing-masing media sosial *ranger* selain postingan publikasi berita BUMN adalah jumlah *followers*. Jumlah pengikut media sosial *ranger* memiliki target yang telah ditetapkan oleh Kementerian BUMN yaitu minimal 300 pengikut.

D. Mendata Informasi Publik (PPID)

Holding Pangan BUMN merupakan induk BUMN pangan, sehingga informasi mengenai perusahaan Holding harus tersedia lengkap dalam website maupun media lainnya. Informasi tersebut adalah informasi publik, dimana informasi publik harus dapat didapatkan dengan mudah oleh publik yang membutuhkan informasi guna penelitian maupun kebutuhan lainnya. Maka dari itu, tiap perusahaan diharapkan mampu memberikan informasi terkait perusahaan secara jelas dan detail. Informasi publik atau biasa dikenal juga sebagai PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) diatur, diawasi, serta dinilai oleh Komisi Informasi Pusat (KIP).



Gambar 3. 2 ID FOOD mendapatkan peringat 'Informatif' dalam penilaian PPID (Dokumentasi Pribadi Praktikan)

Praktikan bersama dengan seluruh anggota divisi melakukan pendataan informasi publik dalam periode waktu yang telah ditentukan. Praktikan mengumpulkan informasi tersebut dengan cara mencari di website perusahaan (www.idfood.com) atau website PPID ID FOOD (<https://ppid.idfood.co.id/>). Informasi tersebut dikumpulkan sesuai dengan permintaan KIP dalam formulir yang telah dibagikan, lalu praktikan bersama dengan divisi *corporate communication* melakukan *screen shot* pada tiap informasi yang diminta. Selain melalui website, informasi juga didapatkan secara manual dengan meminta dokumen kepada tiap divisi yang berkaitan dengan informasi tersebut.

3.3. KENDALA

Kendala yang dialami oleh praktikan selama masa magang PMMB ini menjadi tantangan dan kesulitan pada saat kerja profesi ini antara lain:

- a. Dalam beberapa pekerjaan seperti membuat media sosial *planning*, praktikan sulit menerapkannya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya agenda kegiatan perusahaan yang didahulukan untuk diunggah di media sosial.
- b. Komunikasi yang terjadi dalam tim sering terjadi kendala, dikarenakan penugasan terpusat dibawah satu komando dan terkadang pemberian tugas bisa dilakukan juga dengan orang yang sama.
- c. Sosial media yang digunakan oleh ID FOOD terlalu menyorot kegiatan personal para Direksi atau orang-orang petinggi. Tiap konten yang diunggah selalu dikemas secara personal dengan pemilihan sudut pandang diangkat dari sisi Direksi, seperti pemilihan foto yang ditonjolkan lebih menyoroti seseorang, bukan suasana kegiatan yang diadakan.

3.4. CARA MENGATASI KENDALA

Kendala yang dihadapi oleh praktikan tentunya menjadi hambatan dalam pekerjaan, tetapi hal tersebut merupakan salah satu gambaran saat memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Maka dari itu, praktikan mencari penyelesaian untuk mengatasi kendala.

- a. Praktikan tetap membuat media *planning* diluar konten kegiatan ID FOOD, hal ini dapat digunakan untuk mengisi jika perusahaan sedang tidak melakukan kegiatan. Media *planning* yang dibuat juga telah mendapat persetujuan oleh Direktur Utama, sehingga perencanaan konten bisa diunggah kapan saja saat media sosial ID FOOD sedang tidak ada bahan konten. Praktikan juga sempat untuk membuat ide konten yang nantinya diteruskan kepada tim desain.
- b. Komunikasi dalam tim pada divisi *corporate communication* ID FOOD tidak beraturan, maka dari itu praktikan selalu melakukan *double check* kepada salah satu karyawan dan juga AVP. Dimana AVP merupakan orang pertama yang memberikan tugas dan nantinya menyetujui tugas tersebut, maka dari itu praktikan melakukan *double check* dengan karyawan yang lain agar tidak mengerjakan pekerjaan yang sama dalam satu waktu.
- c. Sosial media yang terlalu menyoroti personal telah dibahas juga melalui rapat Direksi, sehingga hal tersebut sebenarnya sudah menjadi masalah

yang dirasakan oleh semua karyawan di ID FOOD atau PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero). Dalam hal ini, praktikan mencoba membuat media *planning* seperti yang sudah dituliskan diatas, dimana media planning tersebut tidak berhubungan dengan kegiatan Direksi melainkan seperti informasi seputar perusahaan, kuis dan *games*, atau informasi umum terkait pangan. Pada praktiknya, media sosial ID FOOD (@idfood_official) telah mengurangi konten personal dan membuat beberapa konten terkait dengan informasi umum mengenai perusahaan, mengadakan kuis atau *games*, dan lainnya.