

## **BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

### **3.1 Bidang Kerja**

*Corporate communication* merupakan sebuah alat komunikasi perusahaan untuk melakukan penyebaran informasi kepada pihak internal dan eksternal perusahaan. *Corporate communication* berasal dari sudut pandang “*corporate*” yang berasal dari bahasa latin yaitu “*corpus*” yang berarti “keseluruhan” yang menjadikannya sebagai alat pengirim informasi kepada pihak internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, *corporate communication* merupakan divisi untuk mengelola komunikasi perusahaan agar berjalan dengan efektif dan mencapai tujuan dengan menggunakan semua saluran dan bentuk komunikasi.

*Corporate communication* merupakan cara perusahaan untuk menjalin komunikasi dengan segala pemangku kepentingan perusahaan, kemudian menjalin komunikasi dengan divisi lain di dalam perusahaan tersebut. Sebagai salah satu bagian dari *public relations*, divisi *corporate communication* yang menjadi salah satu tugasnya yaitu menjadi perantara atau memberikan informasi perusahaan kepada pihak internal dan eksternal. Deskripsi kerja yang dilakukan oleh praktikan saat melakukan kerja profesi pada divisi *corporate communication* antara lain sebagai berikut.

#### **3.1.1 Pengelolaan Konten Media Sosial**

Tujuan utama dari pengelolaan konten media sosial untuk meningkatkan kehadiran online di platform media sosial untuk berinteraksi lebih luas dengan audiens. Pemberian informasi untuk menyediakan informasi secara relevan dari perusahaan kepada audiens. Melakukan interaksi dengan audiens, melalui media sosial tim perusahaan dapat meningkatkan keterlibatan audiens melalui *like*, *share*, dan komentar.

Terdapat banyak jenis media sosial yang masing-masing media sosial memiliki tujuan dan karakteristik berbeda. Pengelolaan media sosial mencakup perencanaan, menentukan kategori konten, melakukan riset, dan melakukan evaluasi setelah menentukan konten yang akan di posting di media sosial.

## 1. **Content Plan**

Pengelolaan konten media sosial memerlukan beberapa aspek untuk membuat content plan agar lebih terstruktur sebagai berikut:

### a. Menentukan tujuan konten

Tujuan konten menjadi paling penting karena untuk mengetahui target publik sehingga konten yang disajikan dapat relevan di publik.

### b. Menentukan kategori konten

Kategori konten dilakukan seorang *content planner* untuk mengetahui siapa audiens yang akan disasar.

### c. Riset

Aspek ketiga yaitu sangat diperlukan dalam proses membuat konten media sosial yaitu riset mengenai topik konten, isi konten, dan pemilihan gambar.

### d. Koordinasi

Koordinasi mencakup perencanaan, pengelolaan, dan penjadwalan konten akan dipublikasikan.

### e. Evaluasi

Aspek terakhir, untuk kemajuan konten melakukan evaluasi untuk mencari tahu kesalahan dari konten sebelumnya dan memperbaiki konten selanjutnya

### 3.1.2 **Event Management**

Menurut Goldblatt, *event organizer* adalah kegiatan mengumpulkan sekelompok orang untuk tujuan pemasaran, perayaan, dan Pendidikan yang telah mengerti bagaimana menjalankan suatu acara dan memiliki tanggung jawab atas acara yang diselenggarakan. (Kastori, 2023). *Event management* berguna untuk meningkatkan strategi pemasaran melalui promosi atau acara yang diadakan. *Event management* menandakan bahwa upaya pemasaran dalam sebuah acara berperan mempersuasi publik untuk meningkatkan produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Selain untuk melakukan pemasaran produk, penyelenggaraan event juga sangat dibutuhkan untuk meningkatkan citra positif perusahaan pada *stakeholder*. Sebagai kegiatan penunjang *public relations*, *event* juga tidak dapat lepas dari kegiatan komunikasi marketing, sehingga dalam sebuah event juga bisa diselipkan beberapa kegiatan promosi perusahaan.

Menurut Goldblatt dalam (Tafarannisa, Nursilah, & Haerudin, 2021) mengatakan ada lima tahapan untuk menghasilkan *special event* yang efektif yaitu:

- a. Riset: dalam menciptakan suatu *event special research* dilakukan untuk upaya menyelidiki untuk menentukan kebutuhan, dan keinginan publik yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pelaksanaan *event*.
- b. Desain: tahapan ini merupakan proses *brainstorming* untuk merencanakan konsep acara yang unik. Tim dapat menyaring ide-ide kreatif pada saat *brainstorming*.
- c. Perencanaan: tahapan ini dijalankan dalam merencanakan sebuah acara dengan tujuan yang telah ditentukan melalui kegiatan *brainstorming* seperti memilih lokasi, menentukan acara, menentukan rencana anggaran biaya.
- d. Koordinasi: tahapan yang penuh tantangan dan memerlukan keterampilan untuk mengambil banyak keputusan.
- e. Evaluasi: tahapan ini untuk melihat keberhasilan acara dan menjadi acuan untuk meningkatkan *event* selanjutnya.

*Event management* memiliki beberapa jenis yaitu formal dan semi formal. Pada event formal biasanya mempunyai prosedur dan aturan yang harus diikuti tamu undangan yang terlibat *event* tersebut. Contoh *event* formal yaitu rapat umum pemegang saham, pelantikan jabatan, dan penandatanganan kerja sama. *Event* semi formal biasanya tidak terlalu baku, namun terstruktur dengan rapih. Contoh *event* semi formal yaitu konser, dan peresmian unit bisnis.

### **3.1.3 Internal Corporate Communication**

Pengelolaan Tujuan utamanya adalah untuk memfasilitasi aliran informasi, mendorong kerjasama, meningkatkan pemahaman dan memperkuat budaya perusahaan. Hal ini sangat penting di dalam perusahaan karena akan menjaga efektivitas organisasi dan memberikan rasa keterlibatan karyawan perusahaan. Penting bagi *internal corporate communication* untuk membangun budaya komunikasi yang baik antara perusahaan dan karyawan untuk menciptakan hubungan baik, sehingga perusahaan dan karyawan bisa mencapai tujuan secara bersama.

Oleh karena itu, divisi *corporate communication* berperan penting dalam menjaga hubungan dan komunikasi dengan pemangku kepentingan. Divisi *internal corporate communication* juga harus bertanggung jawab atas apa yang ditulis atau disampaikan pada stakeholder, pemerintah, dan lembaga. Memiliki peranan penting saat menulis laporan tahunan yang akan disampaikan kepada para pemegang saham. Dapat dipercaya dan transparansi dalam setiap pelaporan tahunan karena memegang citra baik perusahaan.

*Annual report* pada perusahaan biasanya terbagi menjadi 6 aspek yaitu:

**1. Alat Komunikasi Perusahaan**

Pihak internal dan eksternal yang berguna untuk komunikasi perusahaan karena didalam *annual report* meliputi semua informasi mengenai perusahaan baik dalam keuangan dan strategi perusahaan.

**2. Akualabilitas dan Transparasi**

*Annual report* membantu perusahaan jika ada kenaikan atau penurunan keuangan sehingga dapat ditulis didalam *annual report* sehingga informasi dibagikan dengan terbuka atau transparasi, sehingga menimbulkan citra baik pada nasabah.

**3. Legal**

Ketika *annual report* dibuat maka akan diawasi oleh legal atau hukum, yang dimana fungsi legal yaitu melihat apakah isi dari *annual report* apakah sudah sesuai dengan aturan. Tim legal perusahaan akan memastikan bahwa isi dari *annual report* sudah benar dan siap untuk menjadi informasi publik.

**4. Compliance Bursa Saham**

Pada aspek ini perusahaan akan memberikan informasi mengenai saham, hal ini merupakan aspek penting karena pemegang saham akan melihat kemana aliran saham yang sudah mereka beli. Para pemegang saham bisa melihat apakah keuangan perusahaan berjalan lancar dan sesuai aturan sehingga perusahaan dapat menumbuhkan citra baik pada pemegang saham.

**5. Financial Performance**

Para pemegang saham dapat melihat apakah perusahaan mengalami penurunan atau kenaikan, dalam hal ini perusahaan akan menumbuhkan rasa kepercayaan dan keterbukaan.

## 6. **Goals atau Plan**

*Annual report* akan mencatat apa goals perusahaan untuk kedepannya, dan *annual report* akan memberikan informasi bagaimana performa perusahaan pada tahun lalu. Kemudian bagaimana realisasi atas performa tersebut dan apa target untuk tahun selanjutnya.

### 3.1.4 **Media Monitoring**

Media *monitoring* adalah alat yang digunakan oleh *public relations* untuk menganalisis informasi atau berita yang muncul di media massa. Kegiatan ini melibatkan kegiatan pemantauan, pengumpulan data dan memberikan umpan balik terhadap semua informasi atau berita yang berhubungan dengan perusahaan dan muncul di media massa. Pada konteks berita, perusahaan dapat melakukan media monitoring untuk mencegah terjadinya krisis sehingga dapat dimanfaatkan praktisi untuk mencegah sebuah krisis di dalam pemberitaan. (Adenty, 2022). Media monitoring tidak hanya untuk mengetahui informasi di media massa terkait perusahaan, tetapi media *monitoring* juga bermanfaat untuk melakukan mencegah adanya krisis perusahaan (Humas, 2020). Bagi praktisi *public relations* melakukan media *monitoring* dianggap sebagai alat ukur yang penting untuk menilai pesan atau informasi yang disampaikan oleh media mengenai perusahaan untuk melihat pesan yang disampaikan. media monitoring mengawasi semua jenis media termasuk, media *online*, televisi, radio, dan media cetak.

Media *monitoring* dilakukan secara terus menerus untuk mencatat semua informasi secara terstruktur. Media *monitoring* merupakan kegiatan yang didasari untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan baik menyangkut siapa, mengapa bisa terjadi, dan mengantisipasi dampak yang akan timbul. Hasil dari media *monitoring* dapat dibuktikan dengan catatan terstruktur mengenai apa yang di *monitoring*, kapan terjadinya, dan bagaimana terjadinya sebuah peristiwa mengenai perusahaan baik positif atau negatif. Terdapat aktivitas media *monitoring* dalam Friedel dan Lukman (2020):

1. Media *Tracking* adalah proses untuk mengamati perkembangan opini publik terhadap peristiwa atau isu tertentu yang diberitakan dalam media massa. Tahap awal melakukan media *monitoring* adalah melakukan *tracking* atau pencarian berita dengan menggunakan kata kunci yang telah ditentukan.

2. Media *content analysis* adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis konten dari sebuah teks. Tujuannya untuk memahami secara terstruktur makna dari sebuah teks.
3. Media *Clipping* adalah penyimpanan iklan atau berita di media massa dalam bentuk naskah, artikel, dan video. Proses ini melibatkan pemisahan bagian tertentu yang kemudian diatur sesuai dengan berbagai kategori. Kategori dalam *clipping* disesuaikan dengan minat dan kebutuhan.

### 3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan Kerja Profesi di PT MNC Kapital Indonesia Tbk atau lebih dikenal sebagai MNC Financial Services, selama tiga bulan kurang lebih lima puluh lima hari kerja terhitung mulai tanggal 19 Juni sampai dengan 19 September 2023. Praktikan memiliki jadwal kerja dari hari senin s.d jumat, masuk pukul 08.30 WIB dan pulang pukul 17.30 WIB. Di PT MNC Kapital Indonesia Tbk praktikan ditempatkan pada divisi *corporate communication*.

Selama menjalani Kerja Profesi selama tiga bulan di PT MNC Kapital Indonesia Tbk, praktikan dilatih untuk dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan tanggung jawab terhadap pekerjaan yang telah diberikan kepada praktikan. Terlebih pekerjaan di divisi *corporate communication*. Dalam laporan kerja praktik ini, praktikan mendapat kesempatan untuk bergabung langsung di tim *corporate communication*. Sehingga praktikan dapat mengerjakan dan terjun langsung dalam aktivitas kerja dalam bidang *public relation* dan membantu tim *corporate communication* PT MNC Kapital Indonesia Tbk dalam *event management*, *annual report*, mencari konten untuk LinkedIn MNC Group, *website monitoring* dan *media monitoring*.

#### 3.2.1 Pengelolaan Konten Media Sosial

Selama melaksanakan Kerja Profesi atau magang praktikan melakukan aktivitas yaitu pengelolaan konten media sosial atau media handling. Praktikan membuat konten untuk media komunikasi yang akan disebarkan melalui media sosial LinkedIn. Praktikan diminta melakukan pengelolaan dengan tujuan untuk

memberikan pemahaman yang baik mengenai PT MNC Kapital Indonesia Tbk untuk menyebarkan informasi dengan target audiens yang profesionalisme, bisnis, dan jenjang karier.

Maka, divisi *corporate communication* memilih media sosial LinkedIn untuk menyebarkan informasi tersebut. Tahap awal praktikan dibekali pembelajaran oleh pembimbing kerja mengenai sumber konten dan kategori konten. Sumber konten merujuk pada asal atau tempat dimana praktikan mendapatkan materi dan informasi yang digunakan untuk mempublikasikan konten, contoh sumber konten yaitu buku, artikel, media sosial yang memiliki kekuatan informasi. Sedangkan, kategori konten merujuk pada jenis topik untuk mengelompokkan konten berdasarkan karakteristik.

Pada mata kuliah Humas Online dan Produksi Media Hubungan Masyarakat membahas mengenai konsep dasar konten dan bagaimana menganalisis publik prioritas, membangun strategi, melakukan segmentasi publik, strategi penggunaan media dalam pengelolaan konten. Poin-poin tersebut penting dilakukan agar konten yang dilakukan dapat menjangkau publik sesuai dengan kategorinya.

Praktikan diberikan contoh sumber konten dan kategori konten. Untuk sumber konten praktikan dapat melihat dari media sosial Instagram Hary Tanoesoedibjo selaku Direktur Utama MNC Group, Instagram unit bisnis PT MNC Kapital Indonesia. Seperti MNC Bank, MNC Sekuritas, MNC Teknologi Nusantara, Flash Mobile, MNC Insurance, MNC Insurance Broker, MNC Asset management, Instagram unit bisnis MNC Group, dan Instagram MNC Peduli.

#### **1. Content Plan**

*Content plan* adalah perencanaan yang digunakan untuk mengatur, mengelola, dan merencanakan semua aspek konten yang akan diterbitkan. Content plan dilakukan untuk membuat konten secara terstruktur. Di PT MNC Kapital Indonesia Tbk jadwal posting konten pada LinkedIn yaitu pada pagi dan sore hari. Praktikan melakukan content plan dan melakukan media *monitoring* untuk mencari konten yang relevan. Sebelum menyerahkan konten kepada pembimbing kerja, praktikan membuat *content plan* diantaranya:

- a. Menentukan tujuan konten: pembimbing kerja menyampaikan kepada praktikan bahwa tujuan dari konten yang dikelola oleh tim *corporate*

*communication* untuk memberikan informasi yang profesional, sehingga publik tidak hanya mendapatkan yang menarik dilihat dan didengar, namun publik juga mendapatkan konten profesional. Terlebih, media sosial yang dikelola oleh tim *corporate communication* yaitu LinkedIn. Informasi yang akan disampaikan adalah konten resmi perusahaan, terlebih konten yang memberikan informasi kesempatan berkarir di MNC Group. Sehingga, tim *corporate communication* sudah mengetahui konten yang relevan untuk dikelola pada media sosial LinkedIn.

- b. Menentukan Kategori Konten: kategori konten merujuk pada jenis topik untuk mengelompokkan konten berdasarkan karakteristik. Pembimbing kerja memberikan arahan kepada praktikan mengenai kategori konten. Sebagai acuan untuk media sosial LinkedIn yaitu *event* perusahaan, kegiatan sosial, perusahaan mendapatkan penghargaan, peluncuran produk atau layanan baru, dan perjanjian kerja sama.
- c. Riset: riset adalah hal yang paling penting dalam pemilihan konten. Riset dilakukan agar konten yang dikelola sesuai dengan tujuan dan kategori konten perusahaan. Pada tahap riset, praktikan akan mengumpulkan dan mencari konten melalui sumber konten yang sudah pembimbing arahkan. Namun jika sumber konten tidak ada, maka praktikan akan mencoba menghubungi divisi lain contohnya divisi *human resources* untuk meminta bahan konten. Kemudian, praktikan akan mengumpulkan beberapa konten yang nantinya akan diberikan kepada pembimbing kerja. Pada proses ini praktikan akan memilih konten yang relevan pada media sosial LinkedIn. Jika pada sumber konten praktikan tidak menemukan kriteria yang relevan dengan tujuan dan kategori konten, maka konten tersebut tidak masuk dalam pengelolaan praktikan.
- d. Koordinasi: pada tahap ini praktikan melakukan diskusi dengan pembimbing kerja mengenai keputusan konten yang akan di *publish*. Pembimbing kerja memberikan koordinasi pada praktikan mengenai penjadwalan konten, praktikan diminta untuk mencari konten pada pagi dan sore hari. Hal ini dikarenakan jadwal konten di *publish* pada pagi dan sore hari. Ditentukannya pagi dan sore hari karena biasanya publik akan menggunakan media sosial saat bangun pagi dan sore hari dalam



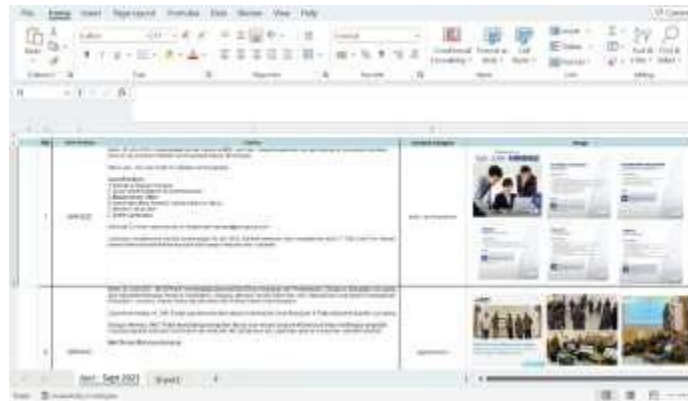
perjalanan ke dan dari tempat kerja. Sehingga konten akan berpeluang dilihat oleh banyak orang.

- e. Evaluasi: setelah praktikan melakukan tujuan, kategori konten dan riset, praktikan akan mengirim hasilnya kepada pembimbing kerja dan proses diskusi praktikan dan pembimbing kerja melalui *personal chat* pada aplikasi Whatsapp, hal ini dilakukan agar praktikan dan pembimbing kerja dapat mengirim link sumber konten. Jika konten tersebut dirasa kurang dalam tujuan dan kategori konten, maka pembimbing kerja akan meminta praktikan untuk mencari konten baru. Jika sedang senggang, pembimbing kerja meminta langsung pada divisi lain untuk meminta bahan konten.

Setelah praktikan menentukan kategori konten, riset, dan evaluasi. Praktikan kemudian membuat *caption* untuk memberikan nilai tambah pada setiap konten yang akan di-*publish*. Pada saat pembuatan *caption*, praktikan diarahkan oleh pembimbing kerja untuk melakukan penyarian informasi di *website* resmi perusahaan. Pembuatan *caption*, praktikan menambahkan *caption* yang sudah ada pada setiap kategori postingan. Jika menurut pembimbing kerja, *caption* yang tersebut tidak memenuhi kriteria, maka praktikan akan melakukan riset pemberitaan terkait dengan konten yang akan di-*publish*.

Pembuatan *caption* praktikan lakukan dengan membaca berita terkait dengan konten tersebut. Karena praktikan mengelola media sosial LinkedIn yang dimana LinkedIn merupakan media sosial profesional tempat publik mencari pekerjaan, sehingga pembimbing kerja memberikan arahan kepada praktikan untuk membuat *caption* dengan bahasa formal. Sehingga konten tersebut tidak menghilangkan fungsi utama dari LinkedIn sebagai media sosial tempat mencari pekerjaan.

Sebelum *caption* tersebut digunakan untuk melengkapi konten, praktikan akan melakukan asistensi kepada pembimbing kerja. Kemudian, pembimbing kerja akan melakukan evaluasi dan jika *caption* tersebut terlalu pendek, maka praktikan akan diarahkan untuk melakukan pembuatan *caption* ulang. Karena praktikan tidak memiliki akses untuk melakukan *upload*, maka konten yang praktikan akan diseleksi dan tidak jarang konten LinkedIn yang akan terpublish hanya satu kali dalam sehari.



**Gambar 3. 1 Content Plan**

Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan

Pada gambar diatas merupakan *content plan* yang praktikan buat selama Kerja Profesi di PT MNC Kapital Indonesia Tbk. Praktikan membuat 32 konten untuk di-*publish*, setelah melakukan asistensi dengan pembimbing kerja, kemudian konten yang terpublish pada LinkedIn MNC Group yaitu 18 *posting-an* pada LinkedIn

### 3.2.2 Event Management

Pada saat melaksanakan *event management* di PT MNC Kapital Indonesia Tbk, praktikan diberikan tugas untuk membantu mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan sebelum acara diselenggarakan. Proses dalam setiap *event* akan memiliki proses yang berbeda-beda. Dalam melaksanakan Kerja Profesi selama tiga bulan praktikan sudah berkontribusi dalam beberapa *event* perusahaan diantaranya Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dan melakukan *brainstorming* untuk ulang tahun MNC Group dengan tim.

#### 1. Rapat Umum Pemegang Saham

Praktikan juga menjadi perantara komunikasi jika diperlukan oleh pembimbing kerja. Pada acara Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) praktikan membantu mempersiapkan segala keperluan yang dibutuhkan. Praktikan memiliki tim yang terdiri dari empat orang yang membantu keperluan saat *event* Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), praktikan dan tim mulai melakukan perencanaan dari hari sebelumnya.

Pada hari sebelum dilaksanakannya rapat, praktikan akan memasukan nama-nama Direksi dan Komisaris dalam *acrylic* untuk memberikan ciri di atas meja rapat. Rapat umum pemegang saham biasanya dilakukan pada jam 10.00 WIB, maka praktikan dan tim harus datang lebih awal untuk menyiapkan keperluan seperti menata meja rapat, menaruh tisu, *hand sanitizer*, minum, dan *mic*. Tidak lupa praktikan akan mengecek *mic* apakah nyala atau tidak.

Kemudian, tim media iNews juga hadir dalam acara Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) untuk meliput keberlangsungan acara. Kedatangan tim media yang telah diundang secara resmi oleh divisi *corporate communication*, kemudian praktikan mengarahkan tim media ke tempat *press seat* yang telah disediakan. Selain itu, praktikan juga membantu mengarahkan tamu undangan dan membantu para tamu dalam acara tersebut. Pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tamu yang datang merupakan tamu yang telah sudah terdaftar administrasi di acara tersebut, pada acara tersebut tamu yang diundang yaitu Direksi, Komisaris, para pemegang saham, dan tim media PT MNC Kapital Indonesia Tbk.

Pada acara rapat umum pemegang saham dilakukan secara *online* dan *offline*, karena pada acara tersebut kuantitas tamu yang dapat dikatakan terbatas. Dilakukan secara *online* untuk mempermudah dan dapat menjangkau semua para pemegang saham, jika para pemegang saham berhalangan hadir maka bisa menghadiri rapat melalui zoom. Dalam acara tersebut, praktikan membantu data administrasi para tamu dan memberikan konsumsi kepada para tamu yang dapat hadir secara *offline*.

Setelah Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) selesai, maka praktikan dan tim akan membereskan ruang rapat dan mengumpulkan semua perlengkapan dan alat milik tim *corporate secretary*. Setelah itu, praktikan akan menata dan mengembalikan perlengkapan dan alat ketempat semula dan menghitung jumlah tisu, *hand sanitizer*, dan *cover* tisu sebagai pertanggung jawaban perlengkapan tidak bertambah atau berkurang.

## 2. **Brainstorming HUT MNC Group**

Selain membantu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), praktikan juga melakukan *brainstorming* dengan tim terkait dengan rencana pelaksanaan HUT MNC Group ke 34 tahun. *Brainstorming* dilakukan untuk menemukan

ide-ide dan gagasan baru dari setiap individu yang nanti ide, gagasan baru tersebut akan satukan dari setiap individu yang kemudian akan menemukan ide besar untuk rencana HUT MNC Group.

Perencanaan event HUT MNC Group merupakan *event internal*, yang dimana hanya akan mengundang pihak internal perusahaan seperti karyawan. Sebelum praktikan melakukan *brainstorming*, praktikan diberikan file-file pendukung HUT MNC tahun lalu untuk menjadi gambaran praktikan dalam membuat dan memberikan ide untuk HUT MNC tahun ini. Pada tahun lalu mengusung tema Senyum Untuk Indonesia, yang memiliki tujuan untuk meningkatkan *awarness* terhadap pasien kanker dan bibir sumbing. Dalam acara tersebut juga dilakukan donasi, dan donasi tersebut akan diberikan kepada Yayasan Kanker Indonesia dan Smile Train Indonesia. Praktikan melakukan *brairstromin* dalam rangka HUT MNC Group Bersama dengan tim.

#### **a. Riset**

Praktikan diberikan arahan oleh pembimbing kerja untuk melakukan pencarian nama dan ide tema untuk HUT MNC Group. riset mengenai *guide star* yang nantinya akan diundang pada HUT MNC Group. Pada saat menentukan nama dan ide tema praktikan diminta oleh pembimbing kerja untuk menemukan nama tema yang bersangkutan dengan angka 34, yang dimana angka 34 merupakan HUT MNC Group pada tahun ini. Pada *brainstorming* pertemuan pertama mengenai riset nama tema, praktikan menyumbangkan dua nama tema yaitu Melangkah Bersama yang memiliki makna perasaan kasih sayang yang dirasakan manusia dan *Energy Of Celebration* memiliki makna semangat positif yang mengisi suasana dan menghadirkan suasana yang meriah. Kemudian pada riset pertemuan kedua praktikan mendapatkan informasi dari pembimbing kerja bahwa MNC Group akan mengundang *boyband* asal Korea Selatan yaitu iKON.

#### **b. Desain**

Proses ini, menyatukan ide nama-nama dari praktikan dan tim kemudian akan disaring menjadi nama yang unik dan kreatif. pada *brainstorming* ini. Praktikan mendapatkan pekerjaan untuk melakukan riset mengenai *guest star* yang akan diundang pada saat perayaan HUT MNC Group, *guest star*

yang akan diundang yaitu *boyband* asal Korea Selatan yaitu iKON. *Boyband* asal Korea Selatan saat ini menjadi *trend* yang sangat disukai oleh masyarakat Indonesia, kualitas musik yang menarik karena menggabungkan berbagai *genre* musik sehingga menarik untuk kalangan pendengar. Saat ini, *boyband* Korea Selatan terkenal di kalangan penggemar yaitu Bangtan Sonyeondan (BTS), EXO, dan iKON.

### c. Perencanaan

Praktikan dan tim membuat *planning* bahwa acara HUT MNC akan dilakukan pada bulan november 2023. Dalam perencanaan lokasi awal yaitu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) MNC Lido City, Kabupaten Bogor. Kemudian setelah perencanaan lokasi, praktikan dan tim memikirkan transportasi karyawan ke daerah MNC Lido. Kemudian hasil sementara karyawan MNC akan menggunakan transportasi bis untuk memudahkan karyawan.

Melaksanakan *event* tentunya sebuah perusahaan memerlukan Rencana Anggaran Biaya (RAB) untuk mengontrol keuangan, sumber dana, dan perencanaan yang lebih efisien. Praktikan mendapatkan materi mengenai rencana anggaran biaya dan *rundown* acara, kemudian pembimbing kerja meminta praktikan untuk membuat rencana anggaran biaya dan *rundown* acara. Kemudian, praktikan mengirim hasil kerja tersebut kepada pembimbing kerja dan melakukan koreksi secara bersama-sama.

### d. Koordinasi

Setelah tahap kedua praktikan mendapatkan koordinasi mengenai *boyband* iKON. Pada riset ini, praktikan melakukannya dengan wawancara penggemar K-pop dikalangan anak muda melalui *personal chat*. Setelah praktikan melakukan wawancara dengan penggemar K-pop. Narasumber pertama mengatakan bahwa saat ini iKON sudah redup karena salah satu member (B./Hanbin) terkena skandal narkoba pada tanggal 19 Juni 2019 yang akhirnya membuat member tersebut keluar grup, kemudian perbedaan generasi pada era K-pop membuat *fanbase* terkadang berganti fans dari generasi lama ke generasi baru.

Selanjutnya, setelah praktikan melakukan riset mengenai *boyband* Korea Selatan yaitu iKON. Praktikan memberikan data tersebut kepada pembimbing kerja, kemudian pembimbing kerja akan memberikan hasil dari praktikan dan tim kerjakan kepada atasan untuk dilakukan koordinasi. selanjutnya, praktikan melakukannya dengan mencari data fans iKON di Indonesia dan seberapa antusias publik dengan iKON melalui media sosial diantaranya akun *fanbase* iKON di media sosial Instagram dan Twitter. Hasil dari riset praktikan terlihat bahwa publik yang mengikuti akun *fanbase* di media sosial Twitter termasuk sedikit karena hanya 8000 – 9000 dan *views* terhitung 930 kali. Praktikan memilih media sosial Twitter karena bagi kalangan K-pop twitter merupakan tempat semua informasi disampaikan ter-*update* dikalangan K-pop. Kemudian, riwayat penampilan IKON terakhir kali tampil pada saat *Closing Ceremony Asean Games 2018*.

Pada tahap ini praktikan akan mendapatkan beberapa tambahan atau poin untuk dikembangkan lebih lanjut. Pada tahap ini memerlukan keterampilan atasan untuk mengambil segala keputusan apakah ide tersebut terlalu luas atau kurang luas, sehingga praktikan dan tim layak mendapatkan *coordinating* lebih lanjut.

#### **e. Evaluasi**

Pada tahap akhir, praktikan memberikan kepada pembimbing kerja yang nantinya akan dilakukan evaluasi secara bersama. Selama evaluasi berjalan, praktikan dan tim melakukan *brainstorming* mengenai hasil dari riset yang praktikan dan tim lakukan. Hasil dari tahap evaluasi, praktikan dan tim membuat *point* presentasi yang nantinya poin tersebut akan dipresentasikan oleh pembimbing kerja pada atasan.

### **3. Charity Korea Dance**

Selain berkontribusi dalam perencanaan HUT MNC Group, praktikan juga berkontribusi dalam kegiatan perencanaan *Charity* oleh MNC Group. Praktikan diberikan arahan oleh pembimbing kerja untuk melakukan perencanaan mengenai kegiatan *charity* yang akan dikemas dengan menarik, *charity* akan menarik perhatian publik jika dikemas dengan menarik sehingga dapat mempersuasi publik untuk mengikuti kegiatan tersebut. Sehingga

praktikan melakukan riset terlebih dahulu mengenai kegiatan *charity* yang menarik.

#### **a. Riset**

Praktikan dan tim mulai melakukan riset dan *brainstorming* kemudian menemukan ide tentang kegiatan tersebut. *Charity Korea Dance Competition*. Kemudian praktikan diberikan arahan untuk mencari tujuan kegiatan, kategori *dance*, dan *event highlight*, tujuan kegiatan penting agar kegiatan tersebut dapat dilakukan secara terstruktur dan terarah. Selama praktikan melakukan riset, praktikan selalu melakukan konsultasi kepada pembimbing kerja agar meminimalisir kesalahan.

Praktikan melakukan *research* melalui aplikasi mesin pencari Google. Riset dilakukan praktikan untuk melakukan penemuan perbandingan antara kegiatan *charity* lainnya, terlebih untuk melakukan kategori *dance*.

#### **b. Desain**

Setelah melakukan *brainstorming* praktikan dan tim menemukan ide bagaimana cara mengemas kegiatan tersebut menarik. Agar terlihat menarik maka akan menghadirkan *special judges* dan memberikan *doorprize*. Pengemasan kegiatan seperti itu, praktikan dan tim percaya bahwa kegiatan tersebut akan menarik perhatian publik. Jika riset telah selesai, maka praktikan akan membuat presentasi dengan poin-poin hasil *brainstorming* bersama tim. Jika sudah membuat poin presentasi, maka pembimbing kerja akan melakukan presentasi kepada atasan untuk persetujuan. Setelah melakukan presentasi, pembimbing kerja akan memberikan informasi dan arahan kepada praktikan jika ada hal yang memang harus diganti atau harus mencari ide baru.

#### **c. Perencanaan**

Pada tujuan kegiatan *Charity Korea Dance Competition* yaitu untuk mencari bakat-bakat muda sehingga bakat tersebut dapat disalurkan pada acara *charity* tersebut. Kemudian dari acara tersebut bertujuan untuk menanamkan kepedulian sosial kepada yang membutuhkan. Jadi kegiatan tersebut dilakukan tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi melalui kegiatan tersebut

para peserta dapat berdonasi. Pada acara tersebut bentuk donasi diambil dari setengah biaya pendaftaran peserta.

#### **d. Koordinasi**

Setelah menemukan dan mendapatkan beberapa *list* nama, tujuan acara, dan penentuan tema acara. Maka praktikan dan tim membuat presentasi, sehingga pembimbing kerja dapat mempresentasikan. Berbeda dengan koordinasi pada perencanaan HUT MNC Group. Kali ini, praktikan mendapatkan koordinasi langsung dari pembimbing kerja hingga atasan tim.

#### **e. Evaluasi**

Evaluasi merupakan proses penilaian terhadap keberhasilan dan kelemahan yang terjadi pada *event*. Karena praktikan belum sampai tahap pelaksanaan, evaluasi yang praktikan dan tim lakukan ialah mengenai tema, target audiens, dan evaluasi dilakukan untuk menerima masukan-masukan dari tim lain, sehingga acara dapat berhasil dengan lancar dan terstruktur.

### **4. Investor Gathering**

*Investor gathering* merupakan sebuah acara yang diselenggarakan perusahaan yang bertujuan untuk bertemu, dan berkomunikasi secara langsung dengan para investor atau calon investor perusahaan. Pada investor gathering PT MNC Kapital Indonesia Tbk akan menyampaikan kinerja keuangan, strategi perusahaan, penggunaan dana, dan proyeksi bisnis kedepannya. Pada acara berlangsung investor dapat langsung bertanya, memberikan tanggapan mengenai investasi mereka pada perusahaan tersebut.

Pada saat melakukan Kerja Profesi, praktikan berkesempatan untuk membantu rangkaian acara dari MNC Sekuritas yaitu *Investor Gathering*. Berbeda pada *event* perusahaan sebelumnya, pada investor *gathering* ini praktikan tidak melakukan banyak riset, desain, perencanaan, dan evaluasi. Tetapi, praktikan membantu jalannya acara dari hari sebelumnya hingga hari dilaksanakannya. Pada beberapa jam sebelum acara dimulai, praktikan melakukan penempelan nama pada kursi untuk Direksi dan Komisaris. Penempelan nama dilakukan agar jika para Direksi dan Komisaris ketika datang tidak kebingungan atau mencari kursi, kemudian dilakukannya



penempelan nama pada kursi agar susunan tempat duduk terlihat rapih. Memastikan dan mengarahkan para tamu undangan memasuki ruang rapat. Setelah rangkaian acara selesai, maka praktikan akan membantu merapihkan perlengkapan dan alat.



**Gambar 3. 2 Gladi Investor Gathering**

Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan

Pada mata kuliah Manajemen Acara terdapat materi mengenai *Event Environment* yang didalamnya menjelaskan bagaimana semua elemen dan faktor yang dapat mempengaruhi sebuah acara. Elemen tersebut mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan kesuksesan acara. Perencanaan yaitu melakukan riset apa tujuan, alasan, dan konsep apa yang akan ada dalam sebuah acara. Membuat *timeline* atau perencanaan waktu acara. Membuat anggaran, untuk melihat apa saja kebutuhan dalam menyelenggarakan *event*.

### **3.2.3 Internal Corporate Communication**

Dalam pelaksanaan Kerja Profesi praktikan melakukan beberapa pekerjaan dan kegiatan yang umumnya dilakukan oleh divisi *Internal Corporate Communication* PT MNC Kapital Indonesia Tbk. Namun dalam implementasinya, praktikan hanya melakukan beberapa pekerjaan untuk membantu berkontribusi pada divisi *Internal Corporate Communication*. Adapun pekerjaan yang praktikan lakukan diantaranya yaitu internal corporate communication, praktikan membantu dalam mengumpulkan beberapa dokumen internal perusahaan, dokumen tersebut berbentuk *annual report* atau buku tahunan perusahaan.

Praktikan melakukan *website monitoring*. *Website Monitoring* dilakukan praktikan untuk mengetahui masalah dan gangguan yang terjadi pada website PT MNC Kapital Indonesia Tbk dan unit bisnis..

No	Date Reported	Alamat Website	Deskripsi Error/Kelebihan	Content Category	Status
1	Wednesday, 05 July 2023	<a href="http://www.mnc.com">www.mnc.com</a>	Halaman perusahaan MNC Group tidak dapat diakses karena server sedang down. Hal ini disebabkan karena server sedang direstorasi.	Website GroupMNC	Down
2	Wednesday, 05 July 2023	<a href="http://www.mnc.com/indonesia">www.mnc.com/indonesia</a>	Halaman perusahaan MNC Group tidak dapat diakses karena server sedang down. Hal ini disebabkan karena server sedang direstorasi.	Website GroupMNC	Down
3	Wednesday, 05 July 2023	<a href="http://www.mnc.com/indonesia">www.mnc.com/indonesia</a>	Halaman perusahaan MNC Group tidak dapat diakses karena server sedang down. Hal ini disebabkan karena server sedang direstorasi.	Website GroupMNC	Down
4	Wednesday, 05 July 2023	<a href="http://www.mnc.com/indonesia">www.mnc.com/indonesia</a>	Halaman perusahaan MNC Group tidak dapat diakses karena server sedang down. Hal ini disebabkan karena server sedang direstorasi.	Website GroupMNC	Down
5	Wednesday, 05 July 2023	<a href="http://www.mnc.com/indonesia">www.mnc.com/indonesia</a>	Halaman perusahaan MNC Group tidak dapat diakses karena server sedang down. Hal ini disebabkan karena server sedang direstorasi.	Website GroupMNC	Down

**Gambar 3. 3 Proses Website Monitoring**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan

Praktikan melakukan *website monitoring* setelah mendapatkan arahan dan pembelajaran oleh pembimbing kerja. Tahap awal yang praktikan lakukan pada saat *website monitoring* yaitu membuat Excel dan membuka website PT MNC Kapital Indonesia Tbk dan anak perusahaan di bawah PT MNC Kapital Indonesia Tbk dengan mengecek apakah *website* bisa diakses, kemudian praktikan mengecek apakah struktur korporasi dan struktur organisasi sudah terbaru. Kemudian praktikan memberikan list *website* unit bisnis yang belum melakukan pembaruan pada struktur korporasi dan struktur organisasi. Setelah melakukan *website monitoring*, praktikan akan menyerahkan kepada pembimbing kerja, yang kemudian akan menghubungi unit bisnis dari PT MNC Kapital Indonesia Tbk.

Selain melakukan *website monitoring*, praktikan melakukan pengumpulan gambar-gambar kegiatan yang dilakukan oleh PT MNC Kapital Indonesia Tbk dan Unit bisnis untuk pelaporan *annual report* atau laporan tahunan. Praktikan mengumpulkan gambar melalui *website* Sindonews.com, yang kemudian praktikan akan mengelompokkan sesuai dengan unit bisnis. Pengumpulan gambar dilakukan untuk memberikan informasi yang komprehensif mengenai kinerja dan keuangan perusahaan secara teratur perkuartal atau pertahun. Ketika melakukan pengelompokan gambar, praktikan mengelompokkan menjadi beberapa bagian seperti kegiatan sosial, perjanjian kerja sama, dan event perusahaan.

Praktikan mengumpulkan gambar-gambar mulai bulan Januari sampai Juli 2023. Setelah praktikan mengumpulkan gambar, praktikan akan melakukan asistensi kepada pembimbing kerja. Praktikan melakukan asistensi untuk melakukan *double check* agar tidak terjadi kesalahan, karena pengumpulan gambar sesuai dengan kategori merupakan hal penting untuk pelaporan *annual report*.

#### **3.2.4 Media Monitoring**

Dalam pelaksanaan media *monitoring*, divisi *corporate communications* melakukan *monitoring* terkait dengan beberapa postingan dan pemberitaan terkait dengan MNC Group. Fokus pada *monitoring* ini untuk melakukan pemantauan dan pengawasan terkait dengan pemberitaan dan *update* dari MNC Group dan unit bisnis lainnya. Praktikan melakukan beberapa *monitoring* pada media sosial seperti *website* berita dan media sosial Instagram. Pada mata kuliah manajemen media membahas mengenai konsep dasar *monitoring* untuk melakukan pemantauan dan analisis kinerja *website*.

Melaksanakan media *monitoring*, praktikan melakukan analisis komentar pada saat peluncuran Lido Music & Arts Center (LMAC) yang merupakan anak perusahaan MNC Group. Praktikan melakukan pemantauan pada kolom komentar untuk melihat bagaimana konten tersebut relevan pada publik, kemudian praktikan dapat mengukur respon publik melalui kolom komentar tersebut apakah positif atau negatif.

Melaksanakan media *monitoring* praktikan melakukan kegiatan diantaranya memahami isu, riset, dan analisis. Praktikan diberikan suatu berita hangat yaitu "Klinik Pratama MNC Medical Center Resmi di Buka". Praktikan melakukan riset melalui media sosial untuk menantikan update pemberitaan tersebut. Analisis dilakukan praktikan untuk melihat bagaimana media sosial menuliskan pemberitaan tersebut. Kemudian, hasil dari riset dan analisis akan praktikan laporkan kepada pembimbing kerja. Tujuan dari media *monitoring* bertujuan untuk melihat perkembangan dari perusahaan, melihat isu dan berita yang relevan dengan perusahaan, jika ada berita yang tidak sesuai atau menyimpang maka perusahaan akan merespon dengan cepat melalui media *monitoring*.

### 3.2.5 Pekerjaan Tambahan

Praktikan diberikan beberapa pekerjaan tambahan dalam kegiatan *corporate communication*, pekerjaan tambahan yang praktikan lakukan yaitu membantu divisi investor *relations* dalam hal persiapan kedatangan dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung, membantu kegiatan MNC Universitas, dan Membantu Kegiatan VVIP MNC Group.

#### 1. **Investor Relations**

PT MNC Kapital Indonesia memiliki divisi investor *relations* atau hubungan investor yang bertanggung jawab untuk menjalin hubungan dengan para pemegang saham, analis keuangan, dan investor, yang memiliki bertujuan untuk memastikan perusahaan memiliki komunikasi efektif dan terbuka dengan para pemegang saham, analis keuangan, dan investor. Sehingga, para pemegang saham, analis keuangan, dan investor dapat melihat dan memiliki pemahaman yang baik mengenai kinerja, pencapaian perusahaan dan rencana-rencana pencapaian perusahaan untuk kedepannya.

Selama tiga bulan melakukan Kerja Profesi praktikan beberapa kali berkontribusi dan membantu divisi investor *relations*. Investor memiliki peranan penting dalam pasar keuangan karena investor merupakan pemegang saham dan pemberi modal kepada perusahaan. Ketika PT MNC Kapital Indonesia Tbk kedatangan investor maka akan dilakukan kunjungan perusahaan, *tour* dilakukan untuk memberikan pengenalan dan memberikan informasi mengenai besarnya MNC Group sehingga investor tertarik untuk menanam saham. Lokasi praktikan Kerja Profesi berada di MNC Center, sehingga ketika divisi investor *relations* telah selesai melakukan presentasi perusahaan, investor akan melakukan kunjungan lapangan atau *tour* dari Gedung *Financial Center* dan gedung *iNews*.

Tim *corporate communication* melakukan pendampingan selama investor *tour* untuk memastikan semua lift, dan ruangan yang akan dikunjungi oleh investor sudah siap. Kesiapan dalam investor *tour* sangat penting, karena menyangkut kenyamanan investor dan memperlihatkan kesiapan tim dalam menyambut para investor.



**Gambar 3. 4 Investor Tour**

Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan

Tugas praktikan selama investor *tour* yaitu melakukan dokumentasi, dokumentasi dilakukan untuk kepentingan laporan tahunan dan membantu membawa peralatan penguat suara seperti TOA, *pointer* dan flashdisk untuk keperluan presentasi didalam ruangan. Setelah praktikan melakukan dokumentasi, maka praktikan akan mengikuti kegiatan investor *tour* hingga selesai. Setelah selesai praktikan akan mengembalikan peralatan tersebut ke tempat semula agar jika diperlukan alat tersebut ada ditempatnya.

Pada dasarnya, hal yang dilakukan praktikan merupakan salah satu pekerjaan dalam lingkup *broadcast*, karena praktikan harus mengetahui proporsi dan sudut yang benar untuk melakukan pengambilan gambar. *Jobdesc* ini dilakukan oleh praktikan sebagai pengalaman baru dalam standar pengambilan gambar yang sesuai dengan standar perusahaan. Pada mata kuliah Media Audio Visual, praktikan mempelajari beberapa sudut pandang yang dapat digunakan pada saat memotret kegiatan agar mendapatkan angle yang bagus. Sehingga, praktikan dapat belajar cara pengambilan gambar sesuai dengan ketentuan perusahaan.

## 2. **Event Support MNC University**

Praktikan membantu kegiatan MNC University yang diantaranya rapat kerja MNC University dan kuliah perdana yang dilaksanakan di iNews Tower. Selama kegiatan berlangsung praktikan membantu koordinasi antara pembimbing kerja dengan pihak MNC University, kemudian praktikan, pembimbing kerja, dan pihak MNC University akan melakukan gladi kotor untuk melihat kesiapan secara teknis, dan koordinasi tim.

Kemudian, pada hari pelaksanaan praktikan dan pembimbing kerja melakukan pemantauan dan membantu agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar dari awal hingga akhir. Jika waktu sudah mendekati Istirahat, Sholat, dan Makan (ISHOMA) maka tugas praktikan melakukan pengecekan tempat makan tamu undangan, hal ini dilakukan untuk memastikan tempat makan para tamu sudah siap dan siap dihidangkan. Selanjutnya, praktikan akan mengantarkan tamu undangan untuk istirahat, sholat, dan makan.

Selain membantu persiapan para tamu, praktikan juga mengantarkan tamu ke depan gedung iNews. Kemudian para tamu dipersilahkan berbaris untuk sesi foto bersama. Pada acara MNC Universitas juga mendatangkan tim media untuk melakukan peliputan. Peliputan tim media dan sesi foto dilakukan untuk kepentingan perusahaan dalam hal dokumentasi. Sehingga, dokumentasi tersebut dapat dimasukkan kedalam buku tahunan MNC University.

Pada mata kuliah Manajemen Acara praktikan mendapatkan pembekalan mengenai proses *event* dan pentingnya melakukan gladi kotor agar meminimalisir kesalahan pada hari pelaksanaan. Pada saat kegiatan berlangsung, praktikan akan melakukan pemantauan diluar ruangan dan berkomunikasi melalui pesan teks pada aplikasi Whatapp untuk mendapatkan arahan dari pembimbing kerja dan pihak MNC University.

### **3. Membantu Kegiatan VVIP MNC Group**

Praktikan membantu mendata tamu undangan pada kegiatan VVIP MNC Group. Pada hari pertama praktikan Kerja Profesi, praktikan diberikan arahan oleh pembimbing kerja mengenai kegiatan VVIP MNC Group. Kemudian praktikan dikirimkan data tamu undangan pada kegiatan VVIP MNC Group.

Pada proses pengiriman undangan, praktikan mengelompokkan beberapa jenis undangan sesuai dengan arah jalan. Pengelompokan sesuai arah jalan akan memudahkan pengiriman. Jika sudah selesai pengelompokan, pembimbing kerja akan menghubungi kurir untuk melakukan pengiriman, kemudian praktikan akan mencatat pada buku laporan dan Microsoft Excel untuk melakukan pendataan dan pencatatan undangan yang sudah keluar dan undangan yang masih menunggu kurir.

Proses pengelompokan undangan sangat penting dan membutuhkan konsentrasi. Hal ini untuk mengurangi salah alamat tujuan. Untuk meminimalisir kesalahan tersebut, praktikan melakukan *double check* pada setiap pengelompokan undangan. Menurut pembimbing kerja, kesalahan alamat merupakan hal yang fatal, karena akan memberikan pandangan bahwa tim melakukan kerja kurang teliti dan akan mempengaruhi cara pandang para penerima tamu kepada perusahaan. Terlebih undangan VVIP praktikan memerlukan konsentrasi untuk tidak melakukan kesalahan.

Kegiatan VVIP MNC Group merupakan acara penting yang mengundang lembaga pemerintahan, duta besar, dan menteri. Dalam kegiatan ini praktikan diminta untuk mencatat data undangan yang masuk dan keluar. Selama empat hari, praktikan mendata untuk mengetahui data terbaru pada tamu undangan. Kegiatan ini dihadiri langsung oleh Hary Tanoesoedibjo selaku Executive Chairman MNC Group, Direksi, Komisaris MNC Group. Kegiatan ini dilakukan MNC Group untuk relasi kedepannya yang dimana akan membantu perusahaan dikemudian hari.

Menjalin hubungan baik dengan menteri, pemerintah, dan duta besar, dapat membantu perusahaan membuktikan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik untuk meningkatkan citra perusahaan. Tidak lupa bahwa menjalin hubungan dengan lembaga pemerintahan didasarkan pada etika dan hukum, sehingga perusahaan harus beroperasi sesuai dengan prinsip etika dan hukum dalam menjalin hubungan dengan lembaga pemerintah, duta besar, dan menteri.

#### **4. Mencatat Masuk dan Keluarnya Dokumen**

Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan membantu divisi *corporate secretary* dalam melakukan pencatatan masuk dan keluarnya dokumen. Pada PT MNC Kapital Indonesia Tbk, pencatatan dilakukan untuk bukti pertanggungjawaban bahwa dokumen tersebut telah masuk atau keluar. Tidak hanya dokumen, perlengkapan dan alat pun akan dicatat. Pada saat pertama masuk Kerja Profesi, praktikan diberikan arahan oleh pembimbing kerja untuk mencatat segala bentuk dokumen yang masuk atau keluar, jika barang tersebut sangat penting maka diperlukan bukti seperti foto penerima atau pengirimnya.

Pada saat kegiatan VVIP MNC Group, banyak dokumen atau berkas yang harus dikirimkan kepada lembaga pemerintah, menteri, direksi, dan komisaris. Sehingga

pencatatan menumpuk, praktikan diarahkan jika dokumen menumpuk maka dikategorisasikan sesuai dengan tanggal dokumen dikirimkan.

Pencatatan dokumen keluar dan masuk merupakan hal penting dalam mendorong transparansi dan keterbukaan dalam segala tindakan dan keputusan terkait dengan dokumen tersebut. Melalui pencatatan ini, praktikan akan memahami secara mendalam seluruh aktivitas dan proses dalam pengelolaan dokumen perusahaan. Pada pengiriman dokumen penting, maka praktikan mendapatkan arahan dari pembimbing kerja untuk mengirim langsung kepada penerima. Di divisi *Corporate Secretary* bentuk bukti pengiriman dokumen ada dua jenis, yang pertama adalah buku folio dan lampiran tanda terima. Pencatatan penting dilakukan untuk rekam jejak, yang dimana menjadi bukti bahwa dokumen tersebut telah diterima atau dikirim. Memberikan keterbukaan dan transparansi pada setiap dokumen keluar dan masuk.

Sehingga, melalui pencatatan dokumen, organisasi dapat memperlihatkan komitmen perusahaan pada visi, misi, dan nilai perusahaan. Hasilnya, praktikan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam pada praktik pencatatan dalam sebuah perusahaan. Sehingga praktikan menyadari pentingnya menjaga keterbukaan, transparansi, dan menjaga integritas dalam operasional perusahaan.

### **3.3 Kendala yang Dihadapi**

Dalam melaksanakan Kerja Profesi di divisi *Corporate Communication*, praktikan mengalami beberapa kendala yang menjadi hambatan praktikan dalam bekerja, kendala yang dihadapi praktikan diantaranya:

#### **1. *Miss Communication***

Dalam pelaksanaan Kerja Profesi sebagai divisi *corporate communication*, praktikan mengalami kendala *miss communication* dengan tim. Mis komunikasi terjadi akibat berbedanya arahan dan adanya pihak yang kurang memahami pembicaraan. Praktikan mengalami kendala mis komunikasi, dikarenakan arahan atau koordinasi praktikan dibawah beberapa orang dan terkadang arahan atau koordinasi berbeda-beda setiap orangnya.



**2. Akses Internet yang Terbatas**

Praktikan mengalami kendala dalam menyusun website *monitoring* selama berminggu-minggu sehingga praktikan mengalami kesulitan dalam membuka website, sehingga praktikan mengalami hambatan pekerjaan.

**3. Fasilitas yang Kurang Memadai**

Praktikan diberikan fasilitas berbentuk laptop untuk mendukung pekerjaan dan tugas praktikan, namun saat menggunakan laptop tersebut, praktikan mengalami kendala yaitu spesifikasi laptop yang kurang memadai pekerjaan praktikan.

**4. Kurangnya referensi konten**

Dalam pelaksanaan kerja profesi, praktikan diberikan arahan untuk mencari sumber konten dari beberapa unit perusahaan PT MNC Kapital Indonesia Tbk. Namun kurangnya sumber konten yang tersedia, menyebabkan kesulitan dalam menghasilkan konten pada LinkedIn.

**3.4 Cara Mengatasi Kendala**

Kendala yang dihadapi praktikan tentunya memiliki cara mengatasinya, kendala yang praktikan alami bisa menjadi gambaran untuk praktikan saat memasuki dunia kerja. Untuk mengatasi kendala tersebut praktikan mencari cara penyelesaiannya.

1. Komunikasi dan yang terkadang berbeda pada divisi PT MNC Kapital Indonesia Tbk, maka praktikan selalu melakukan *double check* kepada pembimbing kerja. *Double check* praktikan lakukan untuk menghindari kesalahan yang terjadi dalam setiap kegiatan.
2. Website PT MNC Kapital Indonesia Tbk dan MNC Group sempat error beberapa minggu, sehingga pembimbing kerja memutuskan untuk menghilangkan kegiatan ini selama beberapa minggu dan mengganti kegiatan ini dengan membantu tim divisi *corporate communication* dalam melakukan *recovery website* untuk memulihkan dan mengembalikan fungsi normal website.
3. Hampir semua pekerjaan praktikan sangat membutuhkan laptop, sehingga kendala laptop yang kurang memadai membuat pekerjaan praktikan terhambat. Sehingga akhirnya praktikan membawa laptop pribadi yang

memiliki spesifikasi lebih baik untuk menyelesaikan pekerjaan praktikan dengan lebih efektif dan efisien.

4. Praktikan mendapatkan arahan oleh pembimbing kerja, arahan tersebut mengarahkan praktikan untuk melakukan langkah tambahan untuk mengatasi kendala kurangnya referensi konten. Praktikan diberikan arahan untuk berkomunikasi dengan unit-unit lain di perusahaan. Terutama pada Divisi *Human Resources* (HR) untuk memperoleh sumber konten tambahan pada kategori peluang kerja di perusahaan.

