



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani kerja magang di Universitas Pelita Harapan, penulis ditempatkan di sub divisi *Media Relations* yang merupakan bagian dari divisi *Public Relations*. Penulis dibimbing langsung oleh Rosse Mince Hutapea selaku Head of Media Relations dan Meishiana Tirtana selaku Media Relations Officer.

Dalam mengerjakan tugas kerja magang penulis selalu mendistribusikan tugas tersebut kepada pembimbing lapangan untuk diperiksa hasilnya. Selama kerja magang, penulis juga melakukan koordinasi langsung dengan Meishiana Tirtana serta Rosse Mince Hutapea. Selama magang penulis juga sering berkoordinasi dengan Jericka selaku Social Media Officer untuk memenuhi kebutuhan foto di artikel dan berita. Penugasan terkait kerja magang diterima penulis secara langsung, atau melalui surat elektronik maupun aplikasi Whatsapp.

Proses koordinasi antara penulis dengan pembimbing lapangan selama kerja magang berlangsung diawali dengan pemberian tugas dari pembimbing lapangan secara langsung maupun tidak. Kemudian, penulis mengerjakan tugas sesuai dengan bekal pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan. Selanjutnya, pembimbing lapangan yang juga diawasi oleh Kepala Sub Divisi akan melakukan revisi dan memberikan *review* terhadap hasil pekerjaan penulis.

Jika penulis mengerjakan artikel atau siaran pers, maka penulis wajib untuk mempublikasikan artikel atau siaran pers yang telah diperbaiki oleh pembimbing lapangan ke beberapa *blog*, antara lain Indonesiana Tempo, Kompasiana, Infonews, Wordpress, dan Tabloid Bintang. Selain itu, artikel yang telah diperbaiki oleh pembimbing lapangan juga wajib dikirimkan melalui surat elektronik ke beberapa media yang sesuai dengan konten artikel. Tidak hanya itu, artikel yang telah diperbaiki juga akan diserahkan ke Tim Media Sosial melalui pembimbing lapangan untuk diunggah ke laman UPH dan dipublikasikan di pemberitaan bulanan Universitas Pelita Harapan, yaitu UPH News.

Sebagai Public Relations Intern di Universitas Pelita Harapan, penulis memiliki kesempatan untuk langsung terjun ke lapangan dengan melakukan liputan dan diikuti dengan proses wawancara ke beberapa acara penting Universitas Pelita Harapan, salah satunya adalah acara terbesarnya UPH Festival 2019. Penulis juga diberi kepercayaan untuk menjadi penanggungjawab media partner UPH Festival 2019, serta beberapa pekerjaan lainnya yang akan dijabarkan secara lengkap pada bagian 3.2 dan 3.3.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan kerja magang sebagai *Public Relations* di Universitas Pelita Harapan, penulis diberikan tanggung jawab yang sama seperti karyawan tetap lainnya. Segala tugas harian yang diberikan kepada penulis berada dalam bimbingan dan pengawasan dari pembimbing lapangan yang juga diawasi secara langsung oleh Kepala Sub Divisi *Media Relations*. Tugas harian yang dimaksud merupakan tugas yang berkaitan dengan sub divisi yang penulis tempati, yaitu *media relations*.

Beberapa tugas yang penulis lakukan selama kerja magang adalah menulis artikel, siaran pers, membuat konten *E-Newsletter*, melakukan wawancara, meliput acara penting, menjadi penanggungjawab *media partner* UPH Festival 2019, melakukan *media monitoring*, melakukan rekap data *media coverage*, mengirimkan artikel atau siaran pers ke berbagai media dan laman UPH, mempublikasikan artikel atau siaran pers ke berbagai *blog*, melakukan *follow up* ke media serta berhubungan baik dengan berbagai media.

Bila dirangkum, penulis memiliki beberapa tugas utama selama kerja magang, yaitu sebagai berikut:

- a. *Media Relations*
- b. *Public Relations Writing*
- c. *Event Management*

Selain pekerjaan yang telah disebutkan diatas, masih terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan penulis selama kerja magang. Tabel di bawah ini merupakan *timeline* kerja magang penulis:

Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang

No	Uraian	Tugas	Agustus				September				Oktober				November			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Media Relations	Press release																
		Media monitoring																
		Media Coverage																
		Media Trip/Press Tour																
2	Public Relations Writing	Menulis artikel																
		Membuat konten E-Newsletter																
3	Event Management	Media partner UPH Festival 2019																

Sumber: Olahan Penulis, 2019

3.3 Pembahasan

Pada bagian ini, penulis akan menguraikan secara jelas dan rinci mengenai tugas yang dikerjakan oleh penulis dan kendala yang penulis hadapi selama selama kerja magang.

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan berbagai tugas kerja magang yang telah penulis sebutkan pada bagian 3.2, pada bagian ini penulis akan menguraikan tugas tersebut dan dikaitkan dengan teori atau konsep yang relevan.

3.3.1.1 Media Relations

Media Relations UPH merupakan salah satu sub divisi yang dimiliki oleh divisi *Public Relations* yang berfungsi untuk mempublikasikan pemberitaan mengenai UPH dengan cara menjalin hubungan baik dengan media massa yang bertujuan untuk mendapatkan publisitas dan citra positif di mata publik. Menurut Ruslan Rosady (Yuliana, 2014, p. 91) *media relations* merupakan kegiatan khusus dari *public relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan, atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan, produk hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak media massa untuk

menCiptakan publisitas dan citra positif. Ada pun beberapa tugas kerja magang yang berkaitan dengan *media relations*:

1. Press Release

Press release merupakan informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *public relations* dari suatu organisasi atau perusahaan, yang kemudian akan dikirimkan atau disiarkan kepada media sebagai bentuk kegiatan penyebarluasan informasi kepada publik. *Press release* merupakan segala bentuk informasi yang hendak disebarkan kepada pers, biasanya media cetak (Yuliana, 2014, p. 134). Menurut Bivins (Kasali, 2006, p. 170) *press release* memiliki beberapa format umum (Yuliana, 2014, p. 134):

- a *Basic Publicity Release*, meliputi informasi umum yang mengandung nilai berita bagi berbagai media lokal atau nasional.
- b *Product Release*, informasi yang berkaitan dengan peluncuran produk baru atau berkaitan dengan produk perusahaan.
- c *Financial Release*, informasi mengenai keuangan perusahaan yang menjadi kepentingan pemegang saham dan untuk menarik media bisnis dan ekonomi.

Berdasarkan format tersebut, UPH cenderung membuat dan mempublikasikan *Basic Publicity Release* dan *Product Release*. Pembuatan *press release* di UPH diawali dengan mengumpulkan informasi yang terkait dengan konten *press release*. Informasi tersebut terdiri dari data dan fakta yang dapat diperoleh dari wawancara dengan pihak yang menyelenggarakan acara atau dengan mengandalkan *briefing* atau proposal yang diberikan oleh pihak penyelenggara acara. Setelah itu, dimulai proses menulis yang diawali dengan pembuatan judul yang menarik dan mewakili isi berita, *lead* yang biasanya berisi 5W + 1H, informasi utama yang ingin disampaikan, penegasan dari

pernyataan narasumber (kutipan), informasi pendukung, dan penutup. Selanjutnya, *press release* yang sudah *final* (sudah diperiksa) akan dikirimkan melalui surat elektronik ke media internal (media yang sudah menjalin kerja sama dengan UPH) dan media eksternal (media yang belum menjalin kerja sama dengan UPH dan sesuai dengan konten *press release*).

Media internal terdiri dari Berita Satu, Investor Daily, Seremonia dan Suara Pembaruan. Sedangkan, media eksternal dibagi menjadi tiga yaitu media nasional, media regional, dan media kampus/anak muda.

Tabel 3.2 Jenis Media Eksternal

Media Nasional	Media Regional	Media Kampus
<ul style="list-style-type: none"> - Kompas - Tempo - Okezone - Tribun News - Antara News - Merdeka - Liputan6 	<ul style="list-style-type: none"> - Banten News - Tangerang Satu - Banten Event - Brata Pos - Radar Banten - Tangerang News 	<ul style="list-style-type: none"> - Kabar Kampus - Seputar Kampus - Youngster.id - Info Kampus News - Kampus Update

Sumber: Olahan Penulis, 2019

Gambar 3.1 Contoh Press Release UPH di Media Internal



Sumber: Laman beritasatu.com, 2019

Gambar 3.2 Contoh Press Release UPH di Media Eksternal



Sumber: Laman wartakini.com, 2019

2. Media Monitoring dan Media Coverage

UPH secara rutin melakukan *media monitoring* (minimal 1 kali dalam seminggu). *Media monitoring* yang dimaksud adalah memantau media, jenis media, dan *tone* berita yang mempublikasikan tentang UPH, baik berita yang dikirimkan oleh tim *Public Relations* UPH ataupun berita yang inisiatif dipublikasikan oleh media. Penulis memantau segala jenis media, baik itu cetak, elektronik, digital, maupun audio (radio). Dalam *media monitoring* juga dapat mencari informasi mengenai segala hal yang terjadi pada bidang pendidikan tinggi Indonesia.

Selain itu, *media monitoring* juga membantu UPH untuk mengetahui kegiatan yang dijalankan oleh kompetitor, serta pemberitaan tentang UPH di media bersifat positif, negatif, atau netral. Selama melakukan *media monitoring*, UPH memiliki pemberitaan yang bersifat positif dan netral.

Gambar 3.3 Contoh Data Excel Media Monitoring UPH

NO	JUDUL	TGL	MEDIA	JENIS	HEADLINE	LINK	TOPE
1	Pertama di Indonesia, Konferensi 'Moving Image'	2-Jul-19	umn.ac.id	ONLINE	International Moving Image Cultures Conference (IMOVICCON) 2019 merupakan acara	https://www.umn.ac.id/pertama-di-indonesia-konferensi-moving-image/	Netral
2	Wujudkan Pemerataan Kualitas Notaris, UPH Gelar Seminar	4-Jul-19	berita satu	ONLINE	Notaris Indonesia kini didorong untuk mampu menguasai teknologi dan informasi di era industri	https://www.beritasatu.com/nasional/562750/wujudkan-pemerataan-kualitas-notaris-uph-gelar-seminar-kenotariatan	Positif

Sumber: Dokumen UPH, 2019

Setelah melakukan *media monitoring*, penulis akan melakukan rekapitulasi data sesuai dengan hasil *media monitoring* untuk dilaporkan kepada pembimbing lapangan dan disimpan sebagai arsip. Kegiatan tersebut juga disebut sebagai *media coverage*. *Media coverage* memiliki fungsi sebagai laporan berupa angka yang berisi jumlah *press release*, artikel, dan berita yang berhasil dipublikasikan oleh sub divisi *Media Relations* UPH. Laporan ini dibuat setiap 6 bulan selama 1 tahun (setahun 2 kali).

3. Media Trip/Press Tour

Tugas yang berkaitan dengan *media relations* lainnya adalah aktif dalam menjalin hubungan yang baik dengan media massa, salah satunya melalui *media trip*. *Media trip* merupakan jurnalis atau wartawan yang diundang untuk mengunjungi perusahaan, menghadiri suatu acara yang disusul dengan peninjauan bersama, dan dilengkapi dengan jamuan (Yuliana, 2014, p. 145). Mengundang beberapa wartawan ke lapangan bertujuan agar wartawan dapat melihat sendiri kondisi di lapangan, sehingga wartawan dapat menyajikan informasi objektif kepada masyarakat (Yuliana, 2014, p. 145). Hal ini juga penting dilakukan karena *public relations* membutuhkan media massa untuk menyampaikan pesannya kepada publik. *Public relations* tidak mungkin dapat menjangkau publik sasarnya yang tersebar luas, dengan menggunakan komunikasi secara langsung (Darmastuti, 2012, p. 3-4). Dalam hal ini UPH mengadakan jamuan makan siang dengan wakil media yang hadir, dan turut

mengundang media untuk meliput beberapa acara penting di Universitas Pelita Harapan, seperti peresmian inkubator bisnis, peringatan HUT Universitas Pelita Harapan, dan *launching* program terbaru.

3.3.1.2 Public Relations Writing

Selama melakukan kerja magang di UPH, penulis sering melakukan kegiatan menulis, khususnya penulisan untuk kepentingan *public relations*. Menurut Bivins (2014, p. 4) *Public Relations Writing* merupakan penulisan dalam konteks *public relations* yang bertujuan untuk menciptakan hubungan yang positif antara organisasi dan publiknya, biasanya melalui teknik pembangunan *image*. Tugas-tugas penulis yang berkaitan dengan *Public Relations Writing* adalah:

1. Menulis Artikel

Menulis artikel tentang kegiatan ataupun acara yang diadakan oleh UPH. Tentunya artikel yang ditulis selalu mengandung 5W + 1H. Sebelum menulis artikel penulis melakukan liputan pada acara tersebut dan melakukan observasi mengenai situasi dan suasana pada saat acara berlangsung. Kemudian, jika diperlukan penulis akan melakukan wawancara dengan pembicara, bintang tamu, atau panitia acara untuk mengetahui lebih dalam acara tersebut.

Setelah melakukan liputan dan wawancara, penulis akan menulis artikel dengan melalui berbagai tahapan, yaitu menentukan *lead* atau *headline* terlebih dahulu agar penulis tahu apa yang akan disampaikan dalam tulisan ini. Dalam membuat *headline* penulis selalu mengangkat salah satu isu yang dapat dikaitkan dengan konten artikel untuk menarik

minat pembaca. Setelah *headline*, penulis akan menyampaikan informasi tentang narasumber atau informan yang penulis wawancarai, diikuti dengan kutipan langsung dari narasumber. Tulisan selanjutnya akan mengikuti alur sesuai dengan konten yang ingin disampaikan.

Menurut Iriantara dan Surachman (2011, p. 109) terdapat beberapa tahapan dalam menulis artikel, yakni:

- a. Persiapan Penulisan (*Prewriting*), pada tahap ini diawali dengan pencarian ide atau gagasan menguji ide, memilih topik, mengumpulkan data, dan membuat kerangka.
- b. Pelaksanaan Penulisan (*Writing*), merupakan tahapan dimana penulis akan menuliskan isi artikel dengan membuat intro (pembuka), isi artikel, dan penutup.
- c. Perbaikan (*Editing*), dalam tahap ini akan dilakukan pengecekan ulang untuk melihat dan mencari adanya kesalahan-kesalahan dalam penulisan.
- d. Menetapkan Judul, tidak ada penjelasan yang pasti mengenai judul harus dibuat di awal atau di akhir. Judul merupakan kekuatan sebuah tulisan. Judul harus menggambarkan seluruh isi artikel.

Tulisan yang telah selesai akan diserahkan kepada pembimbing lapangan yang juga diawasi oleh Kepala Sub Divisi untuk diperiksa dan dilakukan *editing*. Setelah artikel sudah diperbaiki dan direvisi, artikel tersebut akan dipublikasikan di laman UPH oleh Tim Media Sosial. Penulis juga memiliki kewajiban untuk mempublikasikan seluruh artikel yang telah diperbaiki di lima *blog*, yaitu Indonesiana Tempo, Kompasiana, Wordpress, Infonews, dan Tabloid Bintang. Selain itu, artikel juga akan dikirimkan melalui surat elektronik ke media internal dan eksternal. Tujuannya adalah agar artikel dapat dibaca dan

menjangkau publik lainnya sehingga artikel tentang Universitas Pelita Harapan ini memiliki publisitas yang tinggi.

Selain menulis artikel melalui hasil observasi dari liputan yang dilakukan, penulis juga melakukan riset dari berbagai sumber untuk mendapatkan data pendukung yang digunakan untuk melengkapi artikel.

2. Membuat konten *e-newsletter*

Newsletter merupakan media informasi atau siaran berita singkat yang ditujukan kepada pembaca yang tidak memiliki waktu yang banyak untuk membaca berita yang terlalu panjang (Rosady, 2010, p. 196). Saat ini, *newsletter* atau yang dikenal sebagai buletin telah bertransformasi ke dalam bentuk elektronik, karena pengaruh dari perkembangan teknologi media baru yang erat kaitannya dengan internet.

Selama melakukan kerja magang di UPH, penulis juga membuat konten *newsletter* yang akan disebarakan menggunakan *e-mail* atau yang dikenal sebagai *e-newsletter*. UPH menggunakan media elektronik dalam menyebarluaskan *e-newsletter* karena target yang ingin dituju adalah siswa SMA yang identik dengan media baru. Dalam pembuatannya, diawali dengan pemilihan tema *e-newsletter*, lalu memilih dua atau tiga artikel yang sesuai dengan tema, menulis *editorial note* (kata pengantar), merancang desain *template e-newsletter*, dan menyebarluaskan dengan menggunakan *mailchimp*. UPH merilis *e-newsletter* sebanyak satu kali dalam satu bulan dengan mengangkat tema yang berbeda-beda dan menarik.

3.3.1.3 Event Management

UPH memiliki banyak *event* yang diadakan untuk mempromosikan Fakultas dan program studi yang ada di dalamnya. *Event* di UPH diadakan oleh divisi *Public Relations*, khususnya sub divisi *Event* yang juga dibantu oleh sub divisi *Media Relations* dan *Marketing Support*. Saat melakukan kerja magang, penulis ikut terlibat dalam *event* tahunan terbesar UPH, yaitu UPH Festival 2019. UPH Festival 2019 merupakan acara yang diadakan untuk menyambut mahasiswa baru tahun akademik 2019/2020 serta mengundang siswa SMA untuk mengikuti Open House. Tujuan diadakannya *event* ini adalah agar mahasiswa baru dapat beradaptasi dengan dunia perkuliahan yang akan dihadapinya dan mengajak siswa SMA serta publik untuk kenal dengan Universitas Pelita Harapan.

UPH Festival 2019 memiliki divisi *media partner* yang berfungsi untuk menjalin kerja sama dengan media seperti televisi, radio, cetak, hingga *online*. Hal ini bertujuan agar seluruh informasi tentang *event* UPH Festival 2019 memperoleh publisitas di berbagai media yang telah menjalin kerja sama. Divisi *media partner* ini menjadi penting karena UPH Festival 2019 membutuhkan satu publisitas untuk memperkenalkan dan memberikan informasi kepada publik mengenai kegiatan atau pun program yang akan, sedang, dan telah dilaksanakan.

Divisi *media partner* UPH Festival 2019 memiliki beberapa proses untuk melaksanakan tugasnya dari *Pre-Event* hingga *Post Event*:

1. *Pre-Event*: Dimulai dari mencari *media partner* yang sesuai dengan konsep UPH Festival 2019. Dalam mencari *media partner* banyak hal yang harus dipertimbangkan seperti, harga, jumlah *followers*, hingga keuntungan yang diperoleh. Setelah menemukan media yang cocok, penulis bersama tim langsung menghubungi *media partner* tersebut melalui surat elektronik

atau aplikasi Whatsapp untuk melakukan kegiatan negosiasi. Materi yang dinegosiasikan adalah kontraprestasi yang ditentukan oleh pihak *media partner* dan UPH Festival 2019. Jika kedua belah pihak telah menyetujui kontraprestasi yang telah dinegosiasikan, maka akan dilaksanakan penandatanganan MoU oleh kedua belah pihak, serta dikirimkan materi publikasi sesuai dengan *timeline/jadwal* yang telah disusun oleh divisi *media partner* UPH Festival 2019.

Gambar 3.4 Contoh Kontraprestasi Media Partner UPH Festival 2019

Kontraprestasi dari Media									
No	Nama Media	Twitter	Facebook (in fanpage)	Instagram	Line	Artikel	Poster Event@website media	UPH Berkeajiban & Syarat	Apa yang Diperlihatkan
1	Kampus Update collaborate@kampusupdate.com	3 post	3 post	1 feed	1 timeline			1. Memuat logo Kampus Update di digital poster (tidak harus di poster cetak) dengan ukuran medium (1/2). Panitia boleh mengirimkan poster acara lebih dari satu.	<ul style="list-style-type: none"> -Publikasi baru akan bisa dilaksanakan ketika Kampus Update sudah menerima materi publikasi dari panitia. Hal tersebut dapat berupa konten caption dan poster serta jadwal publikasi yang diinginkan (dalam format jpg dan high resolution) yang telah mencantumkan logo Kampus Update di dalamnya. -Publikasi baru akan dilakukan setelah panitia melunasi biaya administrasi dan mengirimkan bukti transfer ke pihak Kampus Update. -Publikasi Instagram Feed tidak dapat dilakukan jika panitia mengirimkan materi publikasi kurang dari Hari-7 acara dan akan otomatis diganti dengan Instagram Story.

Sumber: Dokumen UPH, 2019

Gambar 3.5 Excel Jadwal dan Materi Publikasi Media Partner UPH Festival 2019

	twitter	facebook	LINE	IG	IG STORY	POSTER + RELEASE
Kampus Update	3 Post 24 & 29 Jul, 3 agst	3 Post 24 & 29 Jul, 7 agst	7-Aug	7-Aug	--	--
Ayo Kuliah	4post 25 & 30 Jul, 6 & 12 Agst	4post 25 & 30 Jul, 6 & 12 Agst		5-Aug		4 artikel 1 - 23 Juli 2019 2 - 1 Agustus 2019 3 - 14 Agustus 2019
Seputar Kampus	6 Post 23, 26, & 30 Jul, 1, 9, dan 12 Agst	3 Post 23 & 26 Jul, 9agst	2 Post 23 & 31 Jul	3 Post 23 & 31 Jul, 9 Agst		23-Jul
Kabar Kampus	1 post 26 Juli	1 post (group dan fan page) 24 Juli	3-Aug	3-Aug		23-Jul
Ruang Mahasiswa	5 Post 26, 27, 30 Jul, 9 agst	2 Post 24 Juli dan 1 Agust	2 Post 24 Jul dan 29 Jul	2 Post 24 Jul dan 9 Agust		23-Jul
acarakita				3 Post 24 Jul, 2 & 9 Agst		

Sumber: Dokumen UPH, 2019

Gambar 3.6 Contoh Publikasi Materi UPH Festival 2019



Sumber: Instagram Acara Kita, 2019

2. *Event*: Selama *event* berlangsung, penulis melaksanakan tugas untuk menulis pemberitaan mengenai rangkaian acara UPH Festival 2019 yang akan dikirimkan ke *media partner* untuk dipublikasikan di laman mereka. Selain itu, divisi *media partner* juga bertugas untuk mendampingi media yang hadir dalam acara UPH Festival 2019.
3. *Post-Event*: Menyusun laporan yang berkaitan dengan divisi *media partner*. Laporan tersebut terdiri dari rekapan data publikasi *media partner* yang memiliki format jenis media, *text*, *capture*, dan *link*. Selain itu, juga melakukan evaluasi untuk mengetahui *media partner* mana yang efektif serta menguntungkan, dan dilaporkan ke pembimbing lapangan sehingga dapat menjadi referensi bagi divisi *media partner* UPH Festival tahun depan.

Seluruh hasil pekerjaan divisi *Media Partner* UPH Festival 2019 akan diinput ke Google Drive agar pembimbing magang dapat memantau secara langsung pekerjaan penulis, sekaligus mempermudah divisi *media partner* dalam memantau tugasnya sendiri.

Berikut ini merupakan daftar *media partner* yang dimiliki UPH Festival 2019:

Tabel 3.3 Daftar Media Partner UPH Festival 2019

Nama Media	Jenis Media	Cakupan Media
Kampus Update	Online	Kampus
Ayo Kuliah	Online	Kampus
Seputar Kampus	Online	Kampus
Kabar Kampus	Online	Kampus
Ruang Mahasiswa	Online	Kampus
Acara Kita	Online	Regional
Event Finder Jakarta	Online	Regional (Jakarta)
Campuspedi	Online	Kampus
Banten Vidgram	Online	Regional (Banten)
Event Seru	Online	Regional (Jabodetabek)
Berita Satu	Online – Cetak – TV	Nasional
Seremonia	Online	Regional (Jabodetabek)
Radio Heartline	Radio	Regional
Kata Kota	Online	Regional
Pelita Banten	Online	Regional – Kristen
Tangerang Satu	Online	Regional (Tangerang)
Serpong Update	Online	Regional (Serpong)
Jakarta Globe	Online	Regional (Jakarta)

Agenda Kota	Online	Regional
Investor Daily	Online – Cetak	Regional
Surat Pembaruan	Online – Cetak	Regional

Sumber: Olahan Penulis, 2019

Gambar 3.7 Google Drive Divisi Media Partner UPH Festival 2019

Name ↑	Owner	Last modified	File size
capture publikasi	Meishiana Meishi	Aug 6, 2019 Meishiana Meishi	–
materi konten	Meishiana Meishi	Jul 24, 2019 Meishiana Meishi	–
MEDPART	Meishiana Meishi	Aug 6, 2019 Meishiana Meishi	–
Link Media Partner UPH Festival...	Meishiana Meishi	Aug 6, 2019 Meishiana Meishi	22 KB
MEDIA PARTNER UPH FEST 201...	Meishiana Meishi	Jul 24, 2019 Meishiana Meishi	28 KB
Rekapan Medpar UPH Fest 201...	me	Aug 22, 2019 me	4 MB
Rekapan Medpar UPH Fest 201...	Meishiana Meishi	Aug 6, 2019 Meishiana Meishi	3 MB
REV_FINAL_Open Day Agustus ...	Meishiana Meishi	Aug 6, 2019 Meishiana Meishi	978 KB
REV_FINAL_Open Day Agustus ...	Meishiana Meishi	Aug 6, 2019 Meishiana Meishi	1 MB

Sumber: Dokumen UPH, 2019

3.4 Kendala Yang Ditemukan

Selama melakukan kerja magang di Universitas Pelita Harapan, terdapat beberapa kendala yang penulis temukan, yaitu sebagai berikut:

1. *Media monitoring* yang dilakukan memiliki cakupan yang terlalu luas, tidak adanya batasan atau spesifikasi khusus sehingga berita yang didapatkan terkadang hanya menyebutkan nama Universitas Pelita Harapan, tetapi bukan membahas tentang Universitas Pelita Harapan.
2. Universitas Pelita Harapan tidak memiliki *software* khusus untuk mempermudah pekerjaan *media coverage*. Oleh karena itu, pekerjaan *media coverage* masih dilakukan secara manual sehingga membutuhkan banyak waktu untuk menyelesaikannya.

3.5 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang telah penulis temukan dan uraikan diatas, terdapat beberapa solusi yang dapat diberikan, yaitu:

1. Memberikan spesifikasi khusus mengenai pemberitaan di media yang harus dipantau agar berita yang diperoleh tidak hanya sekedar menyebut nama perusahaan, sehingga nilai berita perusahaan dapat diidentifikasi.
2. Membuat atau membeli *software* khusus untuk membantu pekerjaan *media coverage* agar lebih efektif dan efisien.