Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan atau posisi pekerjaan selama melakukan praktik kerja magang di PT Gramedia Pustaka Utama berada di dalam divisi Public Relations, yaitu bagian pengelolaan website dan *social media*. Kedudukan ini dibawahi langsung oleh *Head of PR*, yang juga sekaligus menjadi pembimbing lapangan selama periode kerja magang, yaitu Dionisius Wisnu.

Pada awal periode praktik kerja magang, pembimbing memberikan pengarahan dan menjelaskan tugas-tugas yang harus dikerjakan. Dalam mengelola *social media* yang dimiliki oleh GPU, perlu memperhatikan jadwal harian yang telah ditentukan. Jadwal harian tersebut merupakan jadwal mengenai hal atau topik yang akan dikomunikasikan. Jadwal tersebut menjadi panduan untuk melakukan tugas pekerjaan mengelola *social media* setiap harinya.

Sebelum mengkomunikasikan suatu pesan melalui *social media*, penulis perlu untuk mendiskusikan isi pesan tersebut dengan *Head of PR* GPU. Hal ini dilakukan dengan maksud agar isi pesan yang disampaikan kepada khalayak di *social media* tepat adanya, sehingga tidak menimbulkan kesalahan persepsi. Karena setiap pesan yang dikirim oleh GPU melalui *social media* juga turut menentukan bagaimana persepsi khalayak yang terbentuk. Ketika pesan yang tersusun sudah disetujui, maka kemudian pesan tersebut akan dikomunikasikan kepada khalayak melalui *social media* yang bersangkutan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Di bawah ini adalah tabel *timeline* tugas yang dilakukan selama proses kerja magang pada periode Juli-September 2013 di PT Gramedia Pustaka Utama:

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

Tabel 3.1 *Timeline* Tugas/Pekerjaan Praktik Kerja Magang

NO	DESKRIPSI PEKERJAAN	JULI 2013					AGUSTUS 2013				SEPTEMBER 2013				
		I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	I	II	III	IV	V
1	Pengelolaan Website														
	- Menginput data buku														
	- Mengubah status buku														
	- Mempublikasikan berita acara buka puasa bersama														
2	Pengelolaan *Social Media*														
	Twitter														
	- *Tweet* info buku yang akan terbit														
	- *Tweet* info buku yang baru terbit														
	- *Tweet* kuis mingguan: Resensi Pilihan														
	- *Tweet* kuis "*All About Amore*"														
	- *Tweet* info rekomendasi buku														
	- *Tweet* info acara *soft-launching* buku														
	- *Tweet* info acara buka puasa bersama														
	- *Tweet* ucapan "Selamat Hari Raya Idul Fitri"														
	- Mengadakan kuis "Buku Tempel"														

	- *Tweet* info program dan promo														
	- Mengadakan kuis untuk acara “Nobar Planes”														
	- *Tweet* kutipan dari buku terbitan GPU														
	Facebook														
	- *Post* info buku yang akan terbit														
	- *Post* info buku yang baru terbit														
	- Mengadakan kuis “Ide Bisnisku”														
	- *Post* link info pemenang kuis Resensi Pilihan														
	- *Post* kuis “*All About Amore*”														
	- *Post* info rekomendasi buku														
	- *Post* ucapan “Selamat Hari Raya Idul Fitri”														
	- *Post* info program dan promo														
	- *Post* kutipan dari buku terbitan GPU														
	Tumblr														
	- *Post* info buku yang akan terbit														
	- *Post* link info buku yang baru terbit														
	- *Post* pemenang kuis Resensi Pilihan														
	- *Post* kuis “*All About Amore*”														

	- *Post* info rekomendasi buku														
	- *Post* ucapan “Selamat Hari Raya Idul Fitri”														
	- *Post* info lengkap kuis “Buku Tempel”														
	- *Post* info program dan promo														
	- *Post* kutipan dari buku terbitan GPU														
	Google+														
	- *Post* info buku yang akan terbit														
	- *Post* link info buku yang baru terbit														
	- *Post* link info pemenang kuis Resensi Pilihan														
	- *Post* kuis “*All About Amore*”														
	- *Post* info rekomendasi buku														
	- *Post* ucapan “Selamat Hari Raya Idul Fitri”														
	- *Post* info program dan promo														
	- *Post* kutipan dari buku terbitan GPU														
	Mindtalk														
	- *Post* info buku yang akan terbit														
	- *Post* link info buku yang baru terbit														
	- *Post* info pemenang kuis Resensi Pilihan														

	- *Post* kuis "*All About Amore*"														
	- *Post* info rekomendasi buku														
	- *Post* ucapan "Selamat Hari Raya Idul Fitri"														
	- *Post* info program dan promo														
	- *Post* kutipan dari buku terbitan GPU														

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian

Peran atau fungsi PR di beberapa perusahaan memang tidak dijalankan langsung oleh departemen atau divisi PR, karena mereka tidak memiliki departemen tersebut pada struktur organisasinya. Namun, fungsi-fungsi PR pada PT Gramedia Pustaka Utama dijalankan langsung oleh divisi Public Relations dalam perusahaan tersebut.

Berdasarkan pada 4 (empat) peran PR yang dituliskan oleh Cutlip, Center, dan Broom, pekerjaan mengelola *social media* sesuai dengan peran yang ketiga, yaitu sebagai fasilitator komunikasi. Melalui pekerjaan hariannya, praktisi PR GPU melakukan pengelolaan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya dengan memanfaatkan *social media*. Berikut di bawah ini merupakan pemaparan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan selama periode kerja magang di PT Gramedia Pustaka Utama:

1. **Pengelolaan Website**

   Penggunaan website sebagai salah satu metode komunikasi yang efektif bagi organisasi dimulai pada awal tahun 1990-an. Sebuah website yang dirancang dengan baik harus menyediakan informasi yang lengkap dan jelas mengenai perusahaan, di antaranya adalah informasi mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi, serta tujuan dari organisasi. (Bobbitt dan Sullivan, 2009:129)

   Gramedia Pustaka Utama (GPU) memiliki sebuah website yang beralamatkan www.gramediapustakautama.com. Website tersebut menyediakan berbagai informasi, di antaranya adalah informasi mengenai buku-buku terbitan GPU, kegiatan (*event*) atau promo yang akan diadakan, serta artikel-artikel berita seputar GPU dan buku terbitannya. Di antara berbagai informasi tersebut, yang paling dominan adalah informasi mengenai buku-buku terbitan GPU. Di bawah ini merupakan penjelasan mengenai tugas pengelolaan website:

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

a) Menginput data buku

Salah satu tugas atau pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang adalah menginput data buku-buku terbitan GPU ke dalam website terkait. Data-data yang perlu dimasukkan antara lain adalah judul buku, kategori buku, nama pengarang, harga buku, kode produk, ISBN (*International Standard Book Number*), jumlah halaman, ukuran buku, tanggal terbit, *cover* buku, serta sinopsis dari buku yang bersangkutan. Semua informasi terkait dimasukkan melalui *control panel* website GPU yang hanya bisa diakses oleh divisi PR GPU. Meskipun penulis hanya berstatus karyawan magang, penulis diberikan wewenang untuk mengakses *control panel* tersebut. Data-data yang telah dimasukkan melalui *control panel*, nantinya akan muncul di halaman perincian setiap buku di website GPU.

Data mengenai buku-buku yang harus diinput ke dalam website GPU diperoleh dari *Head of PR*, yaitu Dionisius Wisnu. Setiap 2 (dua) minggu sebelum tanggal terbit, *database* buku-buku yang akan terbit tersebut dikirimkan. *Database* tersebut diterima dari bagian redaksi sebelum diberikan kepada *Head of PR*. Kemudian data buku-buku tersebut diinput ke dalam website seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Ada ketentuan mengenai tanggal terbit yang akan diinput ke dalam wesbite GPU. Tanggal terbit yang nantinya akan muncul di halaman website dimajukan 3 (tiga) hari dari tanggal terbit yang ditentukan oleh redaksi. Misalnya redaksi menentukan sebuah buku akan terbit pada tanggal 21 Oktober, maka tanggal terbit yang dituliskan di dalam website adalah tanggal 24 Oktober. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi lamanya waktu distribusi buku ke daerah-daerah di luar Pulau Jawa.

Sesuatu yang telah ditampilkan di website adalah sesuatu yang bisa dilihat oleh semua orang. Karena itu, informasi yang disampaikan melalui website harus bisa dipercaya dan dijamin kepastiannya. GPU

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

mengharapkan agar ketika khalayak mendapat informasi tanggal terbit sebuah buku melalui website dan ketika khalayak tersebut mencari buku terkait ke toko buku, buku tersebut sudah tersedia. Hal ini juga membantu GPU menciptakan sebuah citra bahwa GPU adalah penerbit yang tepat waktu dalam menerbitkan dan mendistribusikan buku-bukunya.

b) Mengubah status buku

Data buku-buku yang akan terbit yang diinput ke dalam website GPU diberi status "Akan Terbit" di setiap judul buku, sehingga buku-buku terkait akan muncul di halaman daftar buku yang akan terbit. Pada hari buku-buku tersebut terbit, status buku "Akan Terbit" harus diubah menjadi "*New Release*" sehingga buku-buku yang bersangkutan akan muncul di halaman daftar buku yang baru terbit. Sedangkan buku-buku yang sebelumnya berstatus "*New Release*" harus diubah menjadi "*Old Books*" agar tidak muncul lagi di halaman daftar buku yang baru terbit.

Kegiatan ini harus dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, yaitu pada hari ketika ada sejumlah buku yang baru diterbitkan. Dengan demikian, persepsi publik yang muncul terhadap website GPU adalah bahwa informasi yang diberikan melalui website GPU selalu aktual dan kredibel.

c) Mempublikasikan berita tentang suatu acara

Tugas lainnya dalam konteks pengelolaan website adalah mempublikasikan berita tentang suatu acara yang telah terselenggarakan. Salah satu berita yang pernah dibuat adalah berita mengenai acara buka puasa bersama antara penerbit GPU dengan para penulis buku Islami.

Berita tersebut ditulis dalam bentuk artikel dengan bahasa penulisan jurnalis dan diinput ke dalam website. Berita tersebut muncul di halaman "Berita" pada website Gramedia Pustaka Utama.

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

2. **Pengelolaan *Social Media***

Gramedia Pustaka Utama memiliki sejumlah *social media* yang dikelolanya. Seperti yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, *social media* yang dikelola oleh GPU antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.2 *Social Media* yang dikelola Gramedia Pustaka Utama

Jenis *Social Media*	**Alamat Situs**	**Nama Akun**
Twitter	https://twitter.com/Gramedia	@Gramedia
Facebook (*Fanpage*)	https://www.facebook.com/GramediaPublisher	Gramedia Pustaka Utama
Tumblr	http://gramedia.tumblr.com/	Gramedia Pustaka Utama
Google+	https://plus.google.com/u/1/b/107813584644663754650/107813584644663754650/posts	Gramedia Pustaka Utama
Mindtalk	http://light.mindtalk.com/u/Gramedia	Gramedia

Berbagai *social media* di atas dikelola dengan beragam aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi dan mengelola hubungan dengan khalayak GPU. Dalam berkomunikasi melalui *social media*, format pesan yang akan disampaikan kepada publik harus disusun sedemikian rupa, antara lain harus terlihat interaktif, informal, santai, dan bersahabat. Beragam aktivitas yang dilakukan melalui *social media* GPU antara lain sebagai berikut:

a) Publikasi info buku yang akan terbit

Setelah data buku dimasukkan ke dalam website GPU, informasi mengenai buku apa saja yang terbit 2 minggu yang akan datang juga

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

dipublikasikan melalui *social media*. Informasi tersebut dipublikasikan setiap hari Senin. Format pesan biasanya adalah seperti berikut:

- **Twitter**: (Akan) Terbit <tanggal>: <judul buku> (<nama pengarang>) Sinopsis: <link ke website>
- **Facebook, Tumblr, Google+, Mintalk**:

  (Akan) Terbit <tanggal>

  <judul buku>

  (<nama pengarang>)

  Sinopsis:

  <sinopsis secara lengkap>

  Ukuran:

  Tebal:

  Harga:

  Cover:

  ISBN:

Setiap pesan tersebut akan dilengkapi dengan gambar *cover* buku yang bersangkutan.

b) Publikasi info buku yang baru terbit

Informasi mengenai buku-buku yang terbit setiap pekannya juga dipublikasikan melalui *social media*, yang dilakukan setiap hari Kamis. Format pesan untuk ini berbeda setiap *social media*. Di Twitter, pesan untuk memberikan informasi buku yang baru terbit menggunakan format yang kurang lebih seperti ini: **<judul buku> (<nama pengarang>) <harga>. <sinopsis singkat> #bukugpu <gambar *cover* buku>**.

Untuk Facebook, gambar *cover* buku-buku yang terbit diunggah ke dalam album foto Facebook GPU, lalu kemudian memasukkan sinopsis

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

masing-masing buku di bagian *caption* gambar *cover* terkait. Untuk Tumblr, Google+, dan Mindtalk hanya diberikan *link* yang langsung mengakses halaman daftar buku-buku baru di website Gramedia Pustaka Utama. Dengan begini, para pengunjung situs *social media* juga akan terdorong untuk mengakses situs website GPU.

c) Publikasi info rekomendasi buku

Setiap pekan, GPU juga memberikan rekomendasi judul buku terbitannya kepada publik melalui *social media*. Informasi ini dipublikasikan setiap hari Rabu. Judul buku yang menjadi rekomendasi dipilih dari judul-judul buku yang terbit satu bulan yang lalu. Judul buku yang terpilih menjadi rekomendasi dilihat dari jumlah oplahnya. Untuk semua *social media* format pesannya kurang lebih seperti berikut: **Rekomendasi Buku: <judul buku> (<nama pengarang>) <sinopsis singkat>**.

d) Mengirim ucapan "Selamat Hari Raya Idul Fitri"

Pada hari raya Idul Fitri 1434 H yang lalu, Gramedia Pustaka Utama mengirimkan kartu ucapan digital melalui semua *social media* yang dimiliki. Kartu tersebut diunggah ke dalam setiap *social media* yang ada tepat pada hari pertama perayaan Idul Fitri 1434 H, yaitu pada tanggal 8 Agustus 2013.

Gambar 3.1 Kartu Ucapan Digital

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

e) Publikasi info program atau promo

Koordinasi dengan divisi *Marketing Communication* dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai promo atau program yang ditawarkan berkaitan dengan buku-buku terbitan Gramedia Pustaka Utama. Informasi tersebut dipublikasikan ke dalam website GPU dan juga *social media*. Hal ini dilakukan agar publik *aware* dengan promo atau program tersebut. Di bawah ini adalah promo dan program yang pernah dipublikasikan antara lain:

- Promo Barbie "Buy 3 Get 1 Surprise"
- Program "TEENaholic"
- Program *Pre-order* buku "Pemulihan Jiwa 4"
- Program "Success Code"
- Program "Big Dream"
- Promo Kamus

Sebelum dipublikasikan, perlu menyusun rancangan pesan yang akan ditampilkan. Rancangan pesan tersebut kemudian diberikan kepada *Head of PR* untuk direvisi apabila ada pilihan kata yang kurang tepat. Setelah direvisi, pesan untuk masing-masing program tersebut dipublikasikan juga disertai dengan materi promosi *online*. Materi promosi tersebut diperoleh dari bagian tim desain yang memang bertugas untuk mendesain berbagai keperluan, termasuk untuk materi promosi *online*. Setiap promo dan program tersebut dipublikasikan secara rutin yaitu seminggu sekali di *social media*, hingga pada akhir periode program ataupun promo yang bersangkutan.

f) Publikasi info tentang suatu acara (*event*)

Selama bulan Ramadhan di tahun 2013 ini, Group of Book Publishing maupun GPU beberapa kali mengadakan acara buka puasa bersama. Penulis berkesempatan dua kali mengikuti acara tersebut dan

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

melakukan *live tweet*. Yang dimaksud dengan *live tweet* adalah memberikan info mengenai kegiatan yang sedang berlangsung saat itu melalui Twitter.

Acara yang pernah diikuti adalah acara buka puasa bersama sekaligus *soft-launching* buku "99 Hijab Stories" karya Muhammad Assad, yang diselenggarakan di Toko Buku Kinokuniya Books, Plaza Senayan, Jakarta Pusat. Acara ini diadakan pada hari Rabu, 17 Juli 2013. Proses perencanaan hingga pelaksanaan acara dipegang oleh divisi *Marketing Communication*. Divisi PR, khususnya bagian pengelolaan *social media*, hanya bertugas untuk mempublikasikan acara tersebut di *social media*.

Acara lainnya yang pernah diikuti adalah acara buka puasa bersama antara penerbit GPU dengan para penulis buku Islami yang diselenggarakan di Gedung Kompas Gramedia pada hari Jumat, 26 Juli 2013. Sebelum sesi buka puasa bersama, Wandi S. Brata selaku Direktur GPU memberikan sedikit sambutan dan presentasi singkat mengenai Kompas Gramedia dan GPU. Setelah sambutan tersebut, selanjutnya adalah *sharing session* antara penerbit dengan para penulis di mana dalam sesi ini juga terdapat sesi tanya-jawab. Baru setelah semua itu, acara buka puasa bersama pun dimulai setelah Adzan Maghrib dikumandangkan. Acara ini dipublikasikan dengan tujuan untuk menciptakan *image* bahwa GPU adalah penerbit yang dekat dengan para penulisnya, tidak hanya sekedar hubungan bisnis tapi juga dekat secara kekeluargaan.

g) *Post* kutipan dari buku terbitan GPU

Setiap hari Senin sampai dengan Jumat, GPU juga membagikan kutipan dari buku-buku terbitannya. Kutipan tersebut di-*post* di semua *social media* yang GPU miliki. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* atau bahkan *interest* publik terhadap buku-buku terbitan GPU. Ketika publik melihat kutipan dari buku atau novel terbitan GPU muncul

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

di *timeline* mereka, ada kemungkinan beberapa dari mereka akan tertarik dan mencari tahu info tentang buku tersebut, atau bahkan mereka akan membelinya kemudian.

h) Mengadakan kuis atau lomba

Untuk meningkatkan interaksi dengan publiknya di *social media*, Gramedia Pustaka Utama juga kerap kali mengadakan kuis berhadiah atau lomba. Hadiah yang biasanya ditawarkan adalah buku-buku terbitan Gramedia Pustaka Utama, baik itu sebuah buku ataupun sebuah paket buku (terdiri dari beberapa judul buku).

Selama melakukan praktik kerja magang di perusahaan tersebut, penulis juga bertugas untuk mengadakan kuis dan lomba di *social media*. Proses pertama adalah membuat rancangan sebuah kuis atau lomba yang hendak diadakan. Lalu kemudian rancangan kuis atau lomba tersebut didiskusikan dengan *Head of PR*. Ada beberapa hal yang dipertimbangkan ketika membuat sebuah kuis/lomba, antara lain mengenai relevansi kuis/lomba dengan hadiah buku yang ditawarkan, apakah kuis/lomba tersebut menarik bagi publik di *social media* sehingga dapat menentukan responnya akan bagaimana, periode berlangsungnya kuis/lomba, bagaimana format pesan kuis/lomba yang akan disebarkan, dan pertimbangan-pertimbangan lainnya.

Selain untuk meningkatkan interaksi antara GPU dengan publiknya di *social media*, adanya kuis/lomba juga memiliki tujuan-tujuan tertentu lainnya, misalnya untuk meningkatkan *awareness* publik terhadap suatu buku yang baru saja di-*launching*. Kuis ataupun lomba yang pernah penulis kelola antara lain:

- **Kuis "Resensi Pilihan"**

Kuis ini merupakan kegiatan rutin yang dilakukan setiap hari Selasa di *social media* Twitter. Karena ini merupakan kuis yang sudah terlaksana sebelumnya, format pesan untuk kuis ini juga sudah ada. Hadiah yang ditawarkan dari kuis ini adalah satu buah buku terbitan

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

Gramedia Pustaka Utama yang judulnya dipilih secara bebas oleh pemenang.

Dalam kuis ini, para *followers* ditantang untuk membuat resensi mengenai buku-buku terbitan GPU di blog atau goodreads mereka, lalu kemudian mengirimkan link-nya melalui Twitter dengan *hashtag* #ResensiPilihan dan di-*mention* ke @Gramedia. Resensi yang masuk akan dipilih yang terbaik setiap minggunya berdasarkan kriteria penilaian tertentu. Pemenangnya akan dipublikasikan melalui semua *social media* yang dimiliki GPU termasuk juga ke dalam website. Prosedur mengenai bagaimana cara untuk berpartisipasi dalam resensi pilihan akan dipublikasikan kembali melalui Twitter.

- **Kuis "Ide Bisnisku" dengan hadiah buku "Ken dan Kaskus"**

  Kuis ini hanya diadakan di *social media* Facebook dan diadakan pada tanggal 10 Juli 2013. Kuis ini menantang audiens GPU di Facebook untuk menuliskan sebuah ide bisnis masa depan mereka di kolom *comment*. Para audiens diberi waktu selama kurang lebih 6 hari untuk menuliskan ide bisnis masa depan mereka.

  Dari semua ide bisnis yang masuk ke dalam kolom *comment*, akan dipilih 5 (lima) orang pemenang untuk mendapatkan hadiah buku "Ken dan Kaskus". Pemilihan pemenang tersebut dilakukan berdasarkan kriteria penilaian tertentu. Meskipun diadakan di Facebook, *cross-sharing* juga dilakukan untuk menyebarkan informasi kuis ini yaitu melalui Twitter.

  Kuis ini mendapatkan 56 *likes*, 93 *comments*, 3 *retweets*, dan 6 *favorites* dari audiens GPU di Facebook dan Twitter. Dari jumlah *like*, *comment*, *retweet*, serta *favorites* tersebut, dapat disimpulkan bahwa kuis ini mendapatkan respon yang baik dari audiens.

- **Lomba Video-Making "All About Amore"**

  Amore merupakan salah satu kategori novel terbitan GPU. Pada tahun 2012 lalu, GPU mengadakan Lomba Penulisan Novel Amore. Lomba tersebut menghasilkan 3 (tiga) novel yang menjadi juara

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

utama, yaitu novel dengan judul "Mahogany Hills", "Hawa", dan "Heart Quay". Ketiga novel ini, ditambah dengan CD Vidi Aldiano "Pupus/Kasih Tak Sampai", ditawarkan untuk menjadi hadiah kuis atau lomba.

Kuis/lomba yang akan dibuat ditujukan kepada audiens yang memang gemar dan mengoleksi novel Amore. Ini merupakan salah satu bentuk apresiasi kepada mereka yang setia untuk membeli dan membaca novel Amore. Atas dasar itulah, lomba yang dibuat adalah lomba pembuatan video (*video-making*) tentang koleksi Amore yang dimiliki oleh audiens. Dari sejumlah video yang masuk akan dipilih 10 video paling kreatif sebagai pemenang dan berhak mendapatkan paket hadiah tersebut di atas.

Lomba ini dipublikasikan di semua *social media* yang dimiliki GPU, namun pengumpulan video dikirimkan melalui Facebook dan Twitter. Lomba ini mendapat sedikit respon dari audiens GPU, bahkan tidak ada satupun video yang kami terima untuk mengikuti lomba. Dari respon tersebut, dapat disimpulkan bahwa lomba ini kurang berhasil menarik minat para audiens.

- **Kuis "Buku Tempel"**

Kuis ini diadakan dalam rangka memperingati Hari Raya Idul Fitri 1434 H. Jika pada hari raya Lebaran masyarakat Indonesia mengenal istilah "Salam Tempel", maka Gramedia Pustaka Utama memiliki sebuah kuis yang disebut "Buku Tempel". Kuis ini diadakan di *social media* Twitter dan bertujuan untuk meningkatkan interaksi dengan *followers*, meningkatkan jumlah *followers*, dan ingin memberikan sesuatu yang spesial bagi para *followers*-nya di hari raya Lebaran ini. Kuis ini mengajak para *followers* untuk mengirimkan *tweet* dengan format: **Mau kirim #bukutempel <judul> terbitan @Gramedia ke @_____ selamat hari raya Idul Fitri ya... :)**

Setiap *follower* boleh mengirimkan lebih dari satu *tweet*, namun harus dengan judul buku yang berbeda dan *mention* orang yang

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

berbeda. Syarat lainnya adalah orang yang mengirim *tweet* dan orang yang di-*mention* harus sudah mem-*follow* @Gramedia agar ketika mereka menang, GPU bisa mengirimkan *direct message* sebagai konfirmasi pemenang. Sebagai informasi, di dalam Twitter kita bisa mengirim *direct message* hanya kepada mereka yang adalah *follower* kita. Dengan begini otomatis jumlah *followers* @Gramedia akan bertambah, meskipun memang tidak semua akhirnya mem-*follow* @Gramedia.

Waktu yang diberikan untuk mengirimkan *tweet* adalah selama kurang lebih 3 (tiga) hari, yaitu dari tanggal 12 Agustus 2013 sampai dengan tanggal 14 Agustus 2013 pukul 00.00 WIB. Informasi mengenai kuis ini juga dipublikasikan melalui *social media* Tumblr.

Kuis "Buku Tempel" ini mendapatkan banyak respon dari para *followers*. Jumlah *tweet* dengan *hashtag* #bukutempel yang terkirim diperkirakan bisa mencapai angka 300-an. Selain itu, komentar-komentar dari para *followers* juga bersifat positif dan ada sejumlah permintaan agar kuis "Buku Tempel" ini diadakan kembali pada hari raya Lebaran di tahun berikutnya.

- **Kuis "Nobar Planes"**

Pada bulan September 2013, bioskop di Indonesia diramaikan oleh sebuah film kartun yang berjudul "Planes". Film ini bercerita tentang sebuah pesawat penyemprot ladang yang bermimpi menjadi juara Reli Keliling Dunia. Gramedia Pustaka Utama juga menerbitkan beberapa buku anak yang bercerita tentang "Planes" ini.

Divisi *Marketing Communication* GPU mendapatkan 10 tiket gratis untuk menonton film "Planes" di bioskop yang berlokasi di Mal Kota Kasablanka, Jakarta Selatan. Oleh karena itu, divisi tersebut meminta bagian pengelolaan *social media* untuk mengadakan sebuah kuis di *social media* untuk mencari 5 (lima) orang pemenang yang masing-masing akan mendapatkan 2 (dua) tiket.

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

Karena hadiah yang ditawarkan bersifat sederhana dan tidak mewah, maka kuis yang dibuat juga bersifat sederhana. Kuis yang dirancang akan diadakan di *social media* Twitter. Kuis tersebut mengajak para *followers* untuk menjawab pertanyaan berikut: **Kalau kalian dapet 2 tiket gratis nonton Planes, siapa yg bakal kalian ajak nonton dan apa alasannya?** dengan format jawaban: **Mau ajak @_____ nonton Planes krn _____ @Gramedia #NobarPlanes**

Kuis ini mendapatkan respon yang cukup banyak meskipun hanya diadakan dalam kurun waktu satu hari. Dari komentar-komentar yang masuk, para audiens di Twitter terlihat antusias untuk mengikuti kuis tersebut.

3.3.2 Kendala-kendala Proses Kerja Magang

Selama melakukan kerja magang di PT Gramedia Pustaka Utama, berbagai kendala juga ditemui. Kendala-kendala tersebut antara lain adalah:

1. Ketika rancangan kuis atau format pesan sebuah program diserahkan kepada *Head of PR* untuk segera direvisi, namun pihak yang bersangkutan belum sempat untuk memeriksanya dikarenakan pekerjaan lain yang lebih mendesak. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya penundaan jadwal publikasi suatu kuis yang sudah ditetapkan.
2. Praktisi PR di GPU belum melakukan evaluasi untuk mengukur efektif atau tidaknya penggunaan internet dan *social media* dalam melakukan pencitraan GPU maupun dalam menunjang pemasaran. Akibatnya, akan sulit untuk meyakinkan apakah suatu kegiatan melalui *social media* berhasil mencapai tujuannya atau tidak.
3. Implementasi peran Public Relations (termasuk juga *Online* PR) di GPU belum dijalankan secara maksimal sesuai dengan konsep-konsep PR, sehingga mengakibatkan peran PR di GPU masih cenderung bersifat taktis, bukan strategis.

Implementasi online public..., Devita Andani, FIKOM UMN, 2013

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA