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

Praktik kerja magang dilakukan oleh penulis di Agrakom PR sebagai anak magang (intern) yang memiliki tanggung jawab yang setara dengan jabatan *Associates Consultant.* Pekerjaan yang diberikan kepada penulis, kurang lebih sama degan pekerjaan yang diterima oleh para Associates yang bersifat karyawan tetap, hanya bedanya, seorang Associates tetap berada dalam sebuah tim dan menangani klien yang spesifik. Segala jenis pekerjaan yang diberikan kepada penulis di tentukan oleh masing-masing tim yang merasa membutuhkan bantuan intern. Jadi intern terlibat dalam kegiatan berbagai jenis klien mulai dari *healthcare* hingga channel TV berbayar.

Klien Agrakom PR yang beragam ditangani masing-masing oleh divisi Public Relation yang dibagi dalam 5 tim yang terdiri dari 2-3 orang. Namun tidak menutup kemungkinan akan ada permintaan bantu antar tim yang bersifat teknis, seperti berpartisipasi dalam menjaga booth klien disebuah event atau menjaga meja registrasi. Selama kerja magang, penulis berada dalam supervisi sebuah tim dengan dikepalai oleh Natalia Poetri H., selaku Junior Consultant dan Elisabeth Fransisca selaku Associates serta dibimbing oleh Rizka Nurmaya, namun secara praktiknya, seperti yang telah disebutkan diatas, penulis terbuka dengan segala pekerjaan yang diberikan oleh tiap tim PR yang membutuhkan bantuan. Pada saat kerja praktik magang terdapat beberapa klien yang ditangani antara lain:

1. Celestial Tiger Entertainment
2. Mall Ciputra
3. AE Networks
4. Cathay Pacific

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

3.2 Aktivitas Kerja Magang

Selama praktik kerja magang, penulis banyak diberikan pekerjaan yang meliputi media relations. Kegiatan ini membutuhkan skill komunikasi individual yang baik yang tidak hanya berkomunikasi dengan pihak media namun juga mengkoordinasikannya kembali kepada tim. Dalam prosesnya, penulis banyak dibimbing dan diberi masukan sebelum tim terkait melakukan proses revisi sesuai dengan standar klien.

Berikut adalah tabel pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja berlangsung di Agrakom PR

Tabel 1. Tabel Pekerjaan Kerja Magang

Bulan	Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang dilakukan Mahasiswa
Juli	1	-Follow up konfirmasi kehadiran media untuk phone interview dan event Buka Bersama -Posting konten sosial media (min. 2 post/hari) -Translate Programme Kit dan materi PR
	2	-Membuat summary coverage client -Translate transkrip wawancara dan materi PR -Mengikuti phone interview bersama narasumber dan media -Follow up konfirmasi kehadiran media untuk event Buka Bersama -Posting social media content
	3	-Monitoring coverage klien -Membuat summary coverage -Translate materi PR -Mengikuti phone interview dan event Buka Bersama klien
	4	-Translate materi PR -Summary coverage klien
	5	LIBUR LEBARAN
Agustus	6	-Follow up konfirmasi kehadiran media untuk event klien -Translate materi PR -Mengembangkan dan menjadwalkan konten sosial media klien

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

		-Mengikuti event dan press conference - Monitoring coverage klien
	7	-Follow up konfirmasi kehadiran media untuk media conference klien -Membuat summary coverage media klien -Mengikuti proses photoshoot campaign klien dan media conference
	8	-Follow up konfirmasi kehadiran media untuk phone interview -Membuat summary coverage media klien -Translate materi PR
	9	-Membuat summary coverage media -Brainstorming ide untuk klien -Translate materi PR -Mengikuti phone interview bersama media
September	10	-Follow up konfirmasi kehadiran media untuk phone interview dan press conference klien -Translate transkrip wawancara -Mengikuti press conference dan phone interview
	11	-Brainstrom ide untuk event klien -Membuat summary coverage media -Follow up konfirmasi kehadiran media untuk media briefing klien -Translate materi PR
	12	-Follow up konfirmasi kehadiran media untuk event kampanye klien -Mengikuti media briefing klien -Membuat summary coverage media -Mengikuti kampanye klien dan phone interview bersama narasumber dan media
	13	-Translate materi PR -Follow up konfirmasi kehadiran media untuk event klien -membuat summary coverage klien

Adapun berbagai pekerjaan dan aktivitas utama yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang yang berkaitan langsung dengan fungsi Media Relations dirangkum secara umum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. *Timeline* aktivitas Media Relations

Jenis Pekerjaan	Minggu Ke-												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Media Monitoring					LIBUR LEBARAN								
News Tracking													
News Analysis													
Media Relations													
Pemilihan Media													
Pengiriman Undangan													
Follow up Kehadiran Media													
Media Event													
Post Media Event													

3.3 Pembahasan

3.3.1 Media Monitoring

Media monitoring merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau sumber yang lain kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang. (Ardianto 2004 : 98)

Fungsi media monitoring adalah mengemas ulang bacaan, yang dikliping dapat berupa artikel, berita atau foto. Agar termonitor dengan baik maka sumber harus jelas (nama koran, majalah atau yang lain, tanggal terbit, halaman), tenaga yang telaten, teliti dan kreatif, profesional (dapat memilih tema yang akan dimonitoring, misalnya sesuai pengguna atau misi lembaga).

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

Dalam menunjang fungsi media monitoring selama melakukan kerja praktik magang, penulis melakukan hal berikut:

1. News Tracking

   News tracking, di Agrakom PR dilakukan oleh divisi Media Monitoring. Kegiatan News tracking yang dilakukan oleh divisi Media Monitoring dimulai sejak pagi hari sekitar pk. 08.00 dengan membaca koran, kemudian berlanjut ke media cetak seperti majalah dan tabloid dan juga media online. Semua media yang dibaca berdasarkan media list yang dimiliki oleh masing-masing tim.

   News Tracking oleh divisi tersebut mencari berita yang tidak hanya mengenai klien yang bersangkutan tetapi juga kompetitor dan situasi industri dari klien tersebut.

   Divisi media monitoring di Agrakom PR telah dibagi pula berdasarkan klien yang ditangani oleh masing-masing tim dari divisi Public Relation, khususnya para Consultant dan Associates.

   Kumpulan berita yang berasa telah di dapatkan oleh divisi Media Monitoring kemudian digunting (jika berasal dari media cetak seperti koran, majalah atau tabloid) atau di *screen shot* (jika berita berasal dari media elektronik seperti website), lalu diukur dengan satuan milimeter (mm) dan jumlah kolom dari berita tersebut, juga jumlah sirkulasi dari media yang memuat berita tersebut untuk nantinya diberikan kepada tim PR, sesuai dengan tanggungan kliennya masing-masing dan juga penulis selaku anak magang untuk dianalisis.

   Dalam mendukung proses News Tracking, penulis membantu klien Celestial Tiger Entertaiment dalam memonitor coverage dari press release yang dikirimkan kepada pihak media. Dalam hal ini penulis diminta untuk mencari berita terkait dengan munculnya musim baru dari sebuah pertandingan MMA (Mixed Martial Art) berjudul Glory World Series untuk channel TV berbayar KIX yang merupakan salah satu channel dari grup Celestial Tiger Entertainment. Penulis mentrack berita yang ada di online dengan masuk ke laman web berita online yang telah dipilih oleh

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

tim yang bersangkutan kemudian menuliskan kata kunci pada kotak ‘search’ kemudian mengecek keberadaan berita. Setelah berita ditemukan, penulis men-*screen capture* berita tersebut lalu mengirimkannya kembali kepada tim dengan klien bersangkutan. Penulis juga diminta untuk mengecek keberadaan berita di majalah, khususnya majalah pria, mengingat yang di ulas adalah olahraga yang sangat brutal.

Selain itu penulis membuat track berita dari sebuah channel TV berbayar, Celestial Movies yang merupakan salah satu anggota grup perusahaan Celestial Tiger Entertainment dalam rangka publikasi kampanye mereka yang bernama ”I Love Hong Kong Movies”. Kampanye ini dilakukan untuk meningkatkan awareness masyarakat Indonesia terhadap film Hong Kong. Kegiatan news tracking yang dilakukan pun kurang lebih sama yaitu mencari di search engine dan kotak search pada media online yang telah di tentukan oleh tim PR yang bersangkutan, juga media cetak yang untuk kampanye ini jauh lebih luas jangkauan dan genrenya. Hasil tracking berita pada media online tersebut kemudian di *screen shot* dan dikirimkan kembali kepada tim yang bersangkutan.

Selain mencari berita terkait, penulis juga diminta untuk menghubungi beberapa jurnalis yang telah dikirimkan press release sebagai tindakan konfirmasi dan juga sebagai tindakan pengingat.

2. News Analysis

Setelah hasil media monitoring diterima oleh masing-masing tim sesuai dengan kliennya, berita tersebut kemudian dianalisis.

Dalam hal ini penulis membantu dalam proses penarikan kesimpulan dari berita yang dibaca sehingga berita tersebut menjadi singkat, jelas dan tepat sasaran.

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

Kemudian hasil news analysis ini di masuk kan kedalam sebuah laporan Media Coverage dengan template sebagai berikut.

Tabel 3. *Template Media Coverage Report*

Media	
Date	
Headline	
Reporter	
Size	
Tone	
Page	
Summary	

Setelah hasil analisis dimasukkan kedalam laporan sesuai dengan ketentuan isi yang telah dilampirkan diatas,kemudian hasil ini di serahkan kepada klien untuk menjadi sumber informasi klien.

Pelaporan klien mengenai hasil news analysis ini bisa dilaporkan perhari, perminggu, atau perbulan, sesuai dengan permintaan dari klien. Selain itu, mengingat klien Agrakom yang kebanyakan merupakan klien asing, maka segala hasil news analysis sekiranya di translate dan diubah ke dalam bahasa inggris.

Penulis banyak ikut serta dalam proses analysis terutama untuk klien Cathay Pacific. Cathay Pacific merupakan salah satu perusahaan maskapai penerbangan asal Hong Kong. Berita yang ingin dianalysis oleh Cathay tidak hanya yang secara jelas menyebutkan nama Cathay Pacific, tapi juga mengenai kompetitor sesama perusahaan maskapai penerbangan dan juga industri penerbangan itu sendiri. Pertama, penulis diminta untuk mengisi kolom Media, Date, Headline, Reporter, dan Size. Untuk Tone dan Summary, penulis diminta untuk membaca dengan seksama. Tone bisa ditemukan pada judul yang bersifat negatif atau positif. Summary ditemukan saat penulis membaca keseluruhan berita dan menganalisis segala yang tersirat sehingga dapat memberi kesimpulan yang singkat namun tepat sasaran.

Berikut contoh hasil media coverage dari Cathay Pacific:

Tabel 4. Tabel *Media Coverage*

agrakom~pr
public relations & marketing services

MEDIA TRACKING REPORT – CX COMPETITOR

Cathay Pacific

Media	**Bisnis Indonesia**
Date	29 Aug, 2014
Headline	**Dahlan will invite Garuda's director**
Reporter	Sukirno
Size	3 col x 150mm
Tone	Netral
Page	3
Summary	Dahlan Iskan as minister of BUMN invite all the Garuda director to do a investor meeting and report their gross statement, by 1st September on 12 o'clock

Setelah diisi kemudian pada laporan ini disertakan pula potongan gambar dari media hasil news track yang telah dianalisis.

Kemudian laporan ini di kelompokkan dalam kategori Competitor (kategori berita yang memberitakan mengenai competitor Cathay Pacific sesama maskapai penerbangan) , Cathay Pacific (CX) (kategori berita yang secara langsung menyebutkan nama Cathay Pacific) dan Industry (kategori berita yang memberikan gambaran mengenai keadaan industri maskapai penerbangan). Laporan ini kemudian dilaporkan dalam laporan perhari dan juga laporan per tiga bulan.

3.3.2 Media Relations

Menurut Rosady Ruslan dalam buku oleh Firsan Nova (2009:208), media relations atau hubungan pers adalah suatu humas dengan maksud menyampaikan pesan (komunikasi)mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan atau institusi, produk, serta kegiatan yang sifatnya perlu dipublikasikan melalui kerja sama media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positi di mata masyarakat.

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

Media relations yg bnyk dilakukan di Agrakom umumnya meliputi

1. Media Gathering

   Event ini diadakan oleh pihak klien untuk beramah tamah dan menjaga hubungan baik antara media dan klien. Acara ini dihadiri oleh para awak media dan bersifat informal.
2. Press Conference
3. Media Briefing
4. Phone Interview

   Phone interview dilaksanakan apabila narasumber yang dihubungi berada di lokasi yang jauh dari Indonesia namun memiliki tingkat ke-execlusive-an yang tinggi. Phone Interview dibuka secara exclusive pula, hanya dengan 3-5 wartawan dalam sekali wawancara. Wawancara exclusive ini dilaksanakan pula dilaksanakan secara serentak di beberapa negara asia seperti Singapura dan Malaysia. Masing-masing negara memiliki jatah waktu sekitar 10-20 menit.

Berikut adalah beberapa tahapan yang dilakukan penulis dalam mendukung prosesnya.

a. Pemilihan Media

   Media yang dihubungi dan diundang untuk menghadiri sebuah event adalah media yang sesuai dengan target market dari klien yang diwakili oleh Agrakom.

   Misalnya:

   1. Untuk klien channel TV berbayar seperti AE+ Networks, dan Celestial Movie memiliki tujuan media antara lain (a) Media umum seperti Media Indonesia, Jakarta Globe, Bisnis Indonesia, Tempo, dan BestLife, (b) Media dengan target khusus seperti Femina, GoGirl! dan MAXIM, FHM. (c) Media yang mengulas mengenai film seperti Cinemags dan Total Film Magazine
   2. Untuk klien property seperti Ciputra dan Crown memiliki tujuan media antara lain (a) Media umum seperti Media Indonesia, Jakarta Globe, Bisnis Indonesia, Tempo, dan BestLife, (b) Media dengan target khusus seperti Femina, Cosmopolitan, dan High End. (c) Media

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

khusus property dan real estate seperti Rumah, iDEA dan Tatler Homes.

b. Pengiriman Undangan kepada Media

Sebelum event, sekitar H-7, undangan dikirimkan kepada media secara personal dengan menggunakan surat elektronik (e-mail) (secara langsung kepada reporter media-media sesuai dengan target audience dari klien).

Pada undangan tersebut tertulis paragraf pembukaan yang menjelaskan sekilas mengenai klien dan maksud tujuan undangan serta lokasi, waktu serta penjelasan acara secara singkat. Juga yang tak kalah penting adalah nomor kontak Consultant juga di tuliskan untuk memudahkan proses konfirmasi kehadiran reporter tersebut.

Undangan ini juga seringkali dikirimkan kepada awak media yag memengang jabatan penting dan strategis seperti redaktur atau editor in chief supaya redaktur yang menerima undangan ini dapat segera menugaskan reporter-reporternya untuk meliput event yang diadakan oleh klien yang direpresentasikan oleh Agrakom PR.

Dalam hal pengundangan media, penulis tidak banyak berkontribusi karena adanya hambatan teknis, dikarenakan undangan dikirim menggunakan email kantor yang digunakan oleh para karyawan sedangkan penulis sebagai mahasiswa magang belum mempunyai alamat email khusus tersebut.

Namun Penulis berpartisipasi dalam pembuatan paragraf pembuka untuk sebuah event yang diadakan oleh klien channel TV berbayar, History Channel. Event yang hendak diadakan adalah wawancara eksklusif dengan seorang fotografer amatir.

c. Follow Up Konfirmasi Kehadiran Media

Sekitar H-3 sampai H-1 sebelum acara, penulis seringkali ditugaskan untuk menghubungi para reporter atau bahkan redaktur dan editor yang telah dikirimi undangan event pada H-7 baik untuk mengkonfirmasi

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

kehadiran awak media ataupun mengkonfirmasi informasi tambahan mengenai event.

Penulis menghubungi para awak media berdasarkan kontak dari media list yang diberikan kepada penulis, perlu diketahui bahwa media list ini tentunya berbeda-beda bagi tiap klien. Awak media yang dihubungi adalah media yang sudah dikirimi undangan sebelumnya. Jawaban dari para media saat dihubungi juga bisa dibagi menjadi tiga kategori, yaitu

1) Confirm, yang mana media atau reporter itu sendiri tersebut telah menyatakan kesetujuannya untuk menghadiri undangan yang telah diberikan.

2) Resend, yang berarti mengirim kembali undangan karena undangan belum diterima karena alamat email yang salah.

3) Re-Confirm, yang berarti media tersebut masih belum bisa menentukan reporer yang akan menghadiri undangan atau reporter terkait masih harus mengecek jadwalnya.

4) Regret/Decline, yang berarti media tersebut menyatakan ketidakhadirannya dalam menghadiri undangan yang telah diberikan dengan berbagai alasan seperti dateline, atau bertabrakan dengan event yang memiliki prioritas yang lebih tinggi.

Media yang telah memberikan konfirmasi kehadirannya kemudian di kelompokkan berdasarkan jenis medianya,kemudian diberikan kepada klien untuk memberikan gambaran kepada klien, media mana saja kah yang akan menghadiri event mereka.

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

Hasil Follow Up konfirmasi kehadiran yang sudah pasti kemudian dimasukkan kedalam tabel seperti ini:

Tabel 5. Hasil *Follow Up* Konfirmasi Media

No.	Media	Remarks	Journo	Contact
MONTHLY				
1	Cinemags	Confirm	Andri	0819-0613-5966
2	Total Film Indonesia	Confirm	Krisna	0821-1279-2561
BIWEEKLY / WEEKLY				
7	Nova	Tentative	Icha	0856 9222 6533
8	Nyata	Confirm	Gendis	0856 2645 857
9	Free!	Confirm	Robby	0811 870 4303
DAILIES				
1	Bisnis Indonesia	Tentative	Sri	
2	Investor Daily	Tentative	Nana	0813 8145 2844
3	Republika	Confirm	Aghia & Dita	0821 1032 0119 / 0856 9141 5128
4	SINDO	Confirm	Nara	0819-0504-5491 / 0857-826-6084
ONLINE				
1	Antaranews.com	Tentative	(tnya lg bsk ke redaksi)	380 2383
2	Beritasatu.com	Confirm	Shesar / Kharina	
3	Detik.com	Tentative	Ichsan	0896 0300 1808 / 0812 1289 4921
4	Ghiboo.com	Resend	Shintria	0812 8777 4315
5	Kapanlagi.com	Confirm	Puput	0815-7566-6511

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh penulis. Penulis melakukan konfirmasi kehadiran media hampir untuk semua klien yang ditangani oleh Agrakom.

d. Media Event

Pada saat hari event berlangsung, penulis bertugas sebagai petugas media relations yang sekiranya mengenalkan diri kepada media dan menjadi sarana fasilitator bagi para jurnalis yang hadir dan mengecek pula daftar konfirmasi kehadiran media yang telah dibuat beberapa hari sebelum event.

Penulis pada kegiatan ini diharapkan sigap dan cermat dalam mengenali para awak media yang datang ke event yang diadakan oleh klien. Ada kalanya yang datang adalah awak media yang bukan dari media yang resmi atau yang biasa disebut dengan wartawan BODREK.

Penulis pernah mengalami hal yang menarik saat menangani media relations pada event dalam rangka memperingati hari kemerdekaan Indonesia yang diadakan oleh Mall Ciputra. Untuk event ini, Mall Ciputra memberikan DoorPrize dan juga sekaligus menjadi ajang untuk mengenalkan sebuah kartu prepaid yang dikeluarkan oleh bank BRI bernama BRIZI yang akan dibagikan kepada tamu dan awak media.. Pada saat itu, jumlah media yang mengkonfirmasi kehadiran jumlahnya cukup sedikit diakibatkan event ini bersamaan dengan berjalannya sebuah event yang memiliki prioritas yang lebih tinggi. Namun pada hari H event, media yang datang membludak, namun sayangnya yang datang tersebut kebanyakan bukan reporter atau jurnalis melainkan Account Executive dan juga para wartawan yang berasal dari media yang tidak jelas. Pada akhirnya media ini kemudian disortir sesuai dengan media list yang dimiliki oleh Agrakom, lalu media yang sesuai media list itulah yang kemudian berhak menjadi salah satu kandidat untuk menerima Doorprize. Sedangkan kartu prepaid BRIZI dibagikan kepada semua wartawan dan tamu yang datang, hanya saja nominal dari kartu yang diberikan dibedakan antara wartawan BODREK dan wartawan asli media list Agrakom.

Penulis juga menangani media relations untuk Press Conference yang diadakan oleh Ciputra bagian properti. Saat itu Ciputa akan melaunching sebuah kawasan bisnis mewah lengkap dengan apartemen, hotel dan juga kawasan perkantoran di Jakarta Barat. Lokasi Press Conference berada di BlueGreen Office Tower yang ada di Luar Lingkar Barat, yang mana sangat jauh dari Jakarta Selatan dimana kebanyakan kantor media berpusat. Saat itu dari pihak Ciputra menyediakan meeting point untuk berangkat bersama dari gedung DBS Bank Tower, di daerah Kuningan, jakarta Selatan yang mana lebih terjangkau, untuk berangkat bersama menuju lokasi Press Conference yang sesungguhnya. Pada hari itu, penulis diberi wewenang, ditemani salah satu anggota tim yang juga diperbantukan, untuk menemani wartawan dari meeting point hingga lokasi Press Conference. Dalam hal ini penulis diminta mengumpulkan para wartawan dan juga berbasa basi dan membuat para wartawan merasa

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

nyaman hingga tiba di lokasi Press Conference. Pada saat Press Conference berlangsung, penulis diberi tugas untuk menjaga meja registrasi dan menyambut media serta memberikan perlengkapan media dan kemudian mempersilahkan media untuk masuk dan mengikuti acara Press Conference.

Gambar 1. Press Conference

e. Post Media Event

Setelah event berlangsung, para tim Consultant dengan klien yang bersangkutan diwajibkan mengirimkan press release dan juga membuat laporan post mortem.

Laporan Post Mortem dibuat sebagai sarana pelaporan dari pihak Agrakom kepada klien. Di dalamnya berisi evaluasi event, jumlah media yang hadir beserta kontaknya, daftar pertanyaan-pertanyaan dari wartawan dan juga foto-foto selama event berlangsung.

Penulisan Press release dimulai dengan penulisan brief singkat dan juga potongan-potongan pernyataan dari narasumber dan pembicara yang diakhiri dengan penulisan boiler plate atau profil singkat dari perusahaan tanpa maksud berpromosi.

Dalam hal penulisan Press Release, penulis membantu dalam pembuatan brief pembuka singkat yang kemudian di berikan kembali kepada tim Consultan yang bersangkutan kemudian dilanjutkan dan dikirimkan oleh

anggota tim Consultant ke alamat email masing-masing jurnalis yang ada di media list tiap tim.

Selain pembuatan press release dan laporan post mortem, ada juga pembuatan transkrip wawancara yang biasanya berlaku bagi event Phone Interview. Dikarenakan event yang terjadi adalah wawancara ditelepon, maka pembicaraaan di telepon direkam kemudian setelah event selesai, tim Consultant diminta untuk membuat transkrip wawancara yang sudah di translate ke bahasa Indonesia, yang nantinya akan diberikan kepada awak media sebagai tambahan informasi untuk membangun berita.

Penulis dalam hal post event berpartisipasi dalam pembuatan transkrip wawancara bagi klien channel TV berbayar, KIX yang saat itu sedang melakukan phone interview dengan seorang petarung MMA (Mixed Martial Art) atau seni beladiri campuran yang meski cacat namun memiliki prestasi yang tak kalah gemilangnya dengan atlet bela diri lainnya. Dengan jaringan telepon Indonesia yang kurang baik dan hasil rekaman yang kadang terdengar kurang jelas, akhirnya penulis berhasil membuat transkrip wawancara yang layak untuk diberikan kepada awak media.

3.4 Kendala

3.4.1 Media Monitoring

Klien Agrakom kebanyakan merupakan channel TV berbayar yang sering mengeluarkan serial terbaru, awak media jadi kurang memahami urgensi dari media mereka terhadap naiknya berita mengenai serial terbaru dengan berita yang lain. Sehingga hasil news coverage dari klien channel TV berbayar sulit ditemukan.

3.4.2 Media Relations

Kendala yang paling sering ditemui oleh penulis adalah saat penulis menghubungi media untuk mengkonfirmasi kehadiran media. Media seringkali susah dihubungi dan sering pula diberikan janji kosong sehingga kurang bisa memprediksi

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015

jumlah yang pasti dari kehadiran para wartawan hingga pada hari H. Selain itu, para wartawan BODREK yang hadir juga cukup membuat penulis khawatir karena wartawan BODREK cenderung lebih menuntut daripada wartawan asli yang sesuai dengan media list.

3.5 Solusi

3.5.1 Media Monitoring

Selain itu, Agrakom juga perlu memilah serial mana yang pantas untuk di ulas bagi para media sehingga tidak memenuhi email media dengan press release mengenai serial yang kurang minatnya di Indonesia.

3.5.2 Media Relations

Agrakom hendaknya selalu memperbaharui media list dan juga nomor kontak yang dimiliki di media list agar media mudah dihubungi dan juga agar dapat menghubungi media tidak hanya dari nomor kantor tapi juga dari nomor pribadi agar peluang diangkatnya telepon dari Agrakom lebih tinggi.

Aktivitas media relations..., Alexandra Michelle, FIKOM UMN, 2015