



### **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.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Piar Consulting dalam praktik kerjanya memiliki tiga unit yang saling berintegrasi, yaitu Account Executive, Media Relations, dan juga Media Monitoring. Selama menjalankan program kerja magang, penulis ditempatkan di unit Media Relations. Karena perusahaan ini adalah perusahaan konsultan PR, maka unit ini hanya menampung 1 orang magang saja, yang setiap pekerjaannya didelegasikan langsung oleh Debby Lufiasita selaku Media Relations Officer.

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan program kerja magang, penulis diberikan tanggung jawab yang sama seperti karyawan di perusahaan tempat kerja magang. Segala aktivitas harian berada di bawah pengawasan dan bimbingan dari pembimbing lapangan, yang juga dilihat langsung oleh direktur Piar Consulting, Lolo Suri Sianipar. Aktivitas-aktivitas yang dimaksud adalah segala hal yang terkait dengan fungsi dan peran *Public Relations*, yang secara khusus dipraktekkan oleh penulis sesuai dengan unitnya yaitu fungsi *Media Relations*.

Mengutip definisi PRSSA, Stanley J Baran (2004, 361) mendefinisikan media relations sebagai :

*“The public relations professional mantain good relation with professional in the media understand their deadlines and other restrains, and earn their trust.”*

Berikut adalah tugas tugas yang dikerjakan oleh penulis selama melaksanakan program kerja magang di Piar Consulting :

Minggu Ke -	Pekerjaan yang dilakukan
1	<ul style="list-style-type: none"><li>- Media Monitoring</li><li>- Melengkapi Media Database</li><li>- Food Blogger Database</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doku Wallet Media Gathering (Buka Puasa Bersama)</li> <li>- Membuat Media Attendance List</li> <li>- Mencari Ide untuk Hampers</li> <li>- Menyusun Strategi untuk Wonton Fiesta</li> <li>- Membuat Model List</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Menyusun Strategi untuk Wonton Fiesta</li> <li>- Membuat Model List</li> <li>- Melengkapi Media Database</li> <li>- Follow Up Model Agencies</li> <li>- Membuat Label untuk Hampers Ramadhan</li> <li>- Mencari Hampers untuk Lebaran</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Mencari Lapangan Futsal</li> <li>- Mencari Jam Adidas untuk Press Kit</li> <li>- Follow Up Media</li> <li>- Follow Up Model Agencies</li> <li>- Membuat Beauty Blogger List</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Follow Up Model Agencies</li> <li>- Follow Up Media</li> <li>- Model Audition</li> <li>- Translate Press Release</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Follow Up Model Agencies</li> <li>- Translate Press Release</li> <li>- Translate Undangan</li> <li>- Media Profile</li> <li>- Follow Up Media</li> <li>- Phone Call Interview</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Membuat Label Undangan untuk Bundesliga</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Translate Press Release</li> <li>- Menghubungi Psikolog</li> <li>- Melengkapi Media Database</li> <li>- Follow Up Psikolog dan Model</li> <li>- Model Audition</li> </ul>
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Membuat Label</li> <li>- Follow Up Model dan Psikolog</li> <li>- Launching Event Bundesliga – Fox Sports</li> <li>- Translate Press Release</li> <li>- Football Blogger List</li> </ul>
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Pack Undangan</li> <li>- Follow Up Blogger Bola</li> <li>- Follow Up Media – Unza Vitalist Launching</li> <li>- Translate Press Release</li> <li>- Membuat Summary</li> <li>- Menyusun Press Kit untuk event Unza Vitalist Launching</li> <li>- Event Lotte Kids FC</li> </ul>
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Launching Event – Unza Vitalist</li> <li>- Launching Event – Wonton Fiesta Seafood</li> <li>- Loading Barang</li> <li>- Mencari Vendor untuk Dubai Tourism</li> <li>- Transcrip + Translate Lotte Talkshow</li> </ul>
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Database Beauty + Food Influencer (Instagram &amp; Blogger)</li> </ul>
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Update Database Beauty + Food Influencer</li> </ul>

12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Summary – FIC Competitor</li> <li>- Follow Up Influencer</li> </ul>
----	--

*Tabel 3.1 Timeline Mahasiswa*

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **3.3.1 Update media database**

Aktivitas pertama yang dilakukan oleh penulis di Piar Consulting adalah *update media list*. Hal ini selalu dilakukan oleh Piar Consulting secara berkala dengan tujuan agar Piar Consulting dapat tetap menjalin hubungan yang baik dengan media. Hal-hal yang di *update* merupakan alamat, nomor telepon, email, dan segala hal yang menjadi sarana komunikasi ke media-media tersebut.

#### **3.3.2 Membuat *influencer database***

Pembuatan *influencer database* memiliki tujuan yang situasional. Jika ada event terkait dengan industri yang membutuhkan *influencer* supaya proyek yang dijalankan lebih efektif, maka para *influencer* ini akan diundang. Para *influencer* meliputi orang-orang yang memiliki pengaruh besar dalam dunia online dengan wadah blog, instagram, dan twitter. *Influencer database* yang sudah pernah dibuat oleh penulis selama magang adalah *food influencer*, *football influencer*, dan *beauty influencer*. Para *influencer* ini nantinya akan diundang ke *event-event* tertentu yang sudah disetujui oleh klien.

#### **3.3.3 Mengirimkan Undangan kepada Media**

Pengiriman undangan kepada media diawali dengan membuat label undangan, label ini berisikan nama media, biasanya langsung dituju kepada pemimpin redaksi atau sekretaris redaksi secara personal (sudah

ada di database). Media yang akan dikirim undangan pastinya akan dibuat list sendiri lagi karena akan disesuaikan dengan *event* dari klien. Misalnya untuk *launching event* Bundesliga, maka undangan akan diberikan kepada media tertentu dan ke *desk* tertentu yang berhubungan dengan sepak bola. Jika ada daftar media yang belum diketahui pemimpin redaksinya atau sekretaris redaksinya, maka Piar Consulting akan menghubungi media dan mengikuti prosedur yang ada. Undangan dibuat kreatif mungkin mengingat jumlah undangan yang media dapatkan setiap harinya. Kekreatifan dalam pembuatan undangan bukan hanya sekedar hanya sekedar dari fisik undangan tersebut, tetapi juga strategi pengiriman undangan. Sebagai contoh, undangan *product launching* minyak wangi Unza Vitalist kepada media-media adalah melalui *teaser*. *Teaser* tersebut berbentuk *dress* berwarna hijau atau orange dan mengeluarkan aroma wangi yang dapat digantung di mobil atau ruangan. *Teaser* yang berwarna hijau atau orange tersebut memiliki maksud sendiri, yaitu karena minyak wangi yang akan di *launch* nantinya adalah warna hijau dan orange.

Selain undangan secara fisik, biasanya undangan kepada media juga dikirim secara personal melalui email. Keterlibatan penulis dalam pengiriman undangan ini adalah biasanya penulis membuat label berdasarkan *media database* yang sudah ada. Selain itu, penulis juga membantu media relations officer untuk menerjemahkan undangan ke dalam bahasa inggris.

### **3.3.4 Follow Up Media**

Setelah undangan dikirim, penulis ditugaskan untuk *follow up* media. Aktivitas ini biasanya dilakukan setelah undangan dikirim. Dalam area ini, *media relations* diharapkan untuk memiliki komunikasi interpersonal yang baik. Ibu Lolo Sianipar selaku direktur sekaligus pembimbing lapangan pernah mengatakan bahwa *public relations* adalah mengenai bagaimana kita dapat membuat orang lain tertarik untuk datang ke *event* kita. Sebelum membuat orang tertarik akan *event* kita, kita sendiri

harus tertarik dulu dengan event kita. “*It’s just like asking your friends to join an interesting party.*”

*Follow up* media yang lainnya adalah ketika *event* selesai. Tugas dari *media relations* adalah untuk memastikan apakah berita mengenai *event* sudah dipublikasikan atau belum. Publikasi ini adalah bentuk pertanggungjawaban kepada klien.

### **3.3.5 Mengkonfirmasi Media**

Kegiatan mengkonfirmasi ini dilakukan pada dua kondisi, yaitu setelah undangan dikirim untuk memastikan apakah undangan sudah sampai kepada orang yang dituju dan ketika sudah dekat dengan event untuk memastikan kehadiran dari media yang telah diundang. Biasanya penulis dipercayakan untuk mengkonfirmasi pada kondisi pertama, yaitu memastikan apakah undangan sudah sampai kepada orang yang dituju. Pada kondisi kedua, biasanya dilakukan oleh *media relations officer*, dengan pertimbangan *media relations officer* sudah memiliki hubungan personal dengan para media. Konfirmasi ini juga dilakukan waktu hari H *event* mengenai kehadiran media.

### **3.3.6 Membuat Media Profile**

Pembuatan *media profile* bertujuan agar Piar Consulting mengerti karakter media. *Profile* ini berisikan mengenai kapan media tersebut berdiri sampai dengan karakter media tersebut. Sebagai contoh, beberapa surat kabar lebih fokus pada politik, dan beberapa media lainnya lebih fokus kepada ekonomi. Hal ini juga dapat memudahkan konsultan PR dalam menjalin hubungan yang baik dengan media.

Selain itu, biasanya para klien juga perlu mengetahui media mana saja yang masuk pada *Tier* satu (yang dianggap paling relevan dengan karakteristik event) dan juga *Tier* dua. Klasifikasi ini dibuat dengan tujuan agar klien pun dapat menaruh ekspektasi yang tepat terhadap pemberitaan media-media mengenai *brand* atau *eventnya*.

### 3.3.7 Media Relations on Event

Praktik kerja media relations bukan hanya harian saja, tapi praktik media relations juga dilakukan pada saat acara. Acara-acara di mana penulis memiliki keterlibatan adalah press conference dan juga press gathering. Total acara yang diikuti penulis berjumlah lima event, yaitu Doku Wallet *Press Gathering*, Bundesliga *Launching Event*, Lotte Kids FC *Press Conference*, Unza Vitalist *Launching Event*, dan Wonton Fiesta Seafood *Launching Event*. Pada acara Doku Wallet *Press Gathering*, penulis ditugaskan sebagai penyambut para media di *front desk*, sekaligus mendata berapa media dan jurnalis yang hadir. Selain itu, komunikasi interpersonal penulis diasah pada saat *event*. Event ini diadakan pada tanggal 2 Juli 2015 di Jakarta.

Pada saat Bundesliga *Launching Event* yang diadakan pada tanggal 12 Agustus 2015 yang bertempat di Lapangan Planet Futsal, Kuningan, Jakarta, penulis ditugaskan untuk menjadi *time keeper* pada *skill game*, yang nantinya pemenangnya akan diberikan hadiah oleh pihak Fox International Channels. Di sini, penulis mengundang para jurnalis untuk ikut bermain *game*, dan juga memiliki komunikasi seputar acara dengan mereka. Bundesliga merupakan liga sepak bola Jerman. Hal inilah yang melatarbelakangi uniknya *event* yang diadakan pada tanggal 12 Agustus 2015 lalu yang bernuansakan Jerman. Bentuk undangan fisik dibuat menarik, dengan kotak hitam yang di dalamnya terdapat miniatur pemain-pemain bola Jerman di masing-masing kotak. Makanan yang dihidangkan adalah makanan khas Jerman, hadiah-hadiah yang disiapkan merupakan baju bola, sepatu, jaket dari merk Jerman yaitu Adidas. Hadiah-hadiah tersebut disiapkan untuk para jurnalis yang memenangkan berbagai permainan bola pada saat event.

Pada acara Lotte Kids FC *press conference* yang diadakan pada tanggal 20 Agustus 2015 di The Ice Palace Lotte Avenue, penulis bertugas menjadi penyambut media di *front desk* dan juga berkomunikasi dengan media. Lotte Kids FC ini merupakan press conference mengenai reality



show yang mengusung tema sepak bola, di mana para anak-anak yang memiliki mimpi dalam dunia sepak bola dimentori langsung oleh beberapa sosok yang memiliki pengalaman di dunia sepak bola. Oleh karena itu, pada saat *press conference*, dihadirkan mentor-mentor yang menjadi narasumber. Salah satunya adalah Yeyen Tumena, mantan pemain timnas dan legenda sepak bola Indonesia yang akan melatih anak-anak dalam acara *reality show* ini.

Pada acara Unza Vitalist *Launching event* yang diadakan pada tanggal 25 Agustus 2015 lalu di The Resonanz, atau biasa disebut Balai Resital Kertanegara, penulis bertugas untuk menjadi penjaga *booth* dan juga memberikan brief seputar peracikan minyak wangi tersebut. *Booth* tersebut adalah tempat di mana para jurnalis meracik minyak wangi mereka sendiri sebelum dan sesudah event. Di sini adalah waktu di mana penulis dapat berkomunikasi dengan media. Menurut pengamatan penulis, strategi yang dilakukan dalam menyelenggarakan *event* ini serupa dengan Lux. Jika kita melihat Lux, produk dihadirkan dengan cara yang sangat dekat dengan kehidupan selebritis, begitu pula dengan Unza Vitalist. Hal ini dapat terbukti dari cara pengenalan produk yang dikemas dengan adanya *fashion show* oleh para model, dan juga adanya *talk show* dengan selebritis yang populer di tanah air, yaitu Maria Selena dan Firrina. Tidak hanya diperkenalkan dengan cara yang cukup selebritis, di *event* ini kami juga menghadirkan *talk show* dengan para psikolog yang memberikan penjelasan mengenai efek wewangian terhadap psikologis manusia.

Pada acara Wonton Fiesta Seafood *launching event* yang diadakan pada tanggal 26 Agustus 2015 di Jalan Sudirman, Jakarta, penulis bertugas untuk menyambut media dan juga mempersiapkan bahan-bahan untuk lomba para jurnalis. Tema yang digunakan dalam *event* ini adalah Wontonivora. Pada *event* tersebut, para jurnalis diberikan *product experience*, dengan cara memberikan masing-masing jurnalis satu *cup* Wonton Fiesta Seafood. Perlombaan membuat wonton yang awalnya dicontohkan oleh Chef Arnold, memberikan euforia yang cukup meriah

dalam *event* ini. Cup raksasa Wonton Fiesta Seafood menjadi photo property, di mana para jurnalis dapat berfoto di sana dan men *share* di media sosial mereka mengenai Wontonivora ini. Jurnalis yang melakukan *postingan* yang paling menarik akan mendapatkan hadiah.

### **3.3.8 Phone Call Interview**

Salah satu aktivitas media relations yang penulis ikuti adalah phone call interview di gedung Fox International Channels. Tugas penulis adalah menemani para jurnalis selama melakukan phone call interview dengan salah satu pemain From Dusk Till Dawn, DJ Cotrona.

### **3.3.9 Membuat List Attendance**

List Attendance ini dilakukan setelah event berakhir. Tujuan dari pembuatan list attendance ini adalah agar nantinya memudahkan media relations dalam melakukan follow up tentang publikasi media mengenai event, agar nantinya dapat dipertanggungjawabkan ke klien.

### **3.3.10 Membuat *Transcript* dan menerjemahkan *Talkshow***

Salah satu aktivitas media relations adalah melakukan *transcript* dan menerjemahkan *talkshow*. Penulis melakukan aktivitas ini pada *event* Lotte Kids FC, di mana ada *press conference* dan juga *talkshow* dalam *event* tersebut. Lotte ditangani oleh orang Korea, di mana mereka juga menggunakan jasa Piar Consulting sebagai penerjemah dalam *press conference* dan juga *talkshow*. Oleh karena itu, penulis dipercayakan untuk membuat *transcript* dan juga menerjemahkan *transcript* tersebut yang juga dibimbing oleh *media relations officer* secara langsung, Debby Lufiasita.

### **3.3.11 Menjaga Hubungan yang Baik dengan Media**

Dalam area ini, media relations menjalin hubungan secara personal dengan para media. Berbagai upaya yang penulis ikuti dalam rangka menjalin hubungan yang baik dengan media adalah sebagai berikut, mencari ide *hampers* dan mengirimkan pada media dan jurnalis secara

personal ketika lebaran, memberikan ucapan serta kue ulang tahun kepada media yang berulang tahun.

Tidak menutup kemungkinan bahwa adanya konflik antar media dan media relations karena beberapa hal yang menyangkut pekerjaan, tetapi di sini *media relations* juga diharapkan dapat memiliki kemampuan untuk memposisikan diri dalam konflik. Memposisikan diri di sini adalah kemampuan untuk melihat prioritas etika apa yang harus dipegang selama konflik.

### **3.3.12 Tugas-tugas Lain di Luar Ruang Lingkup *Media Relations***

Selain tugas-tugas yang menyangkut bidang media relations, penulis juga dipercayakan terlibat dalam beberapa aktivitas di luar ruang lingkup *media relations*. Perincian tugas-tugas adalah sebagai berikut.

*Media monitoring.* *Media monitoring* adalah hal yang harus dilakukan oleh semua anggota tim Piar Consulting termasuk pegawai magang. *Media monitoring* ini dilakukan pada pukul sembilan pagi, selama kurang lebih tiga puluh menit. Hal ini dilakukan dengan tujuan bahwa konsultan PR harus mengerti isu-isu yang sedang *in*, dan juga membantu divisi *media monitoring* dalam melakukan *scanning* (membaca cepat) tentang pemberitaan klien. Jika ada, maka penulis akan segera melapor pada divisi *media monitoring* untuk membuat *summary* mengenai pemberitaan tersebut.

Membuat strategi *event* Wonton Fiesta Seafood. Pembuatan strategi ini dipercayakan langsung oleh *PR account manager*, Bapak Patrix Tenario. Hal ini bertujuan agar para pegawai magang dapat memiliki gambaran apa saja yang penting dalam sebuah *event*. Setelah diberi waktu satu jam untuk memikirkan strategi *event* ini, penulis melakukan *brainstorming* dengan Bapak Patrix dan pegawai magang lainnya.

*Model agencies.* Tugas ini dipercayakan kepada penulis dari pencarian *model agencies* sampai dengan audisi model. Audisi model ini

adalah untuk *launching* minyak wangi Unza Vitalist. Model-model yang dipilih akan melakukan *fashion show* sambil memegang minyak wangi. Pencarian *model agencies* dilakukan dengan melakukan riset dan membuat list model yang akan dipilih oleh klien. Setelah klien memilih dari gambar, penulis akan menghubungi *model agencies* untuk melakukan audisi yang dilaksanakan di Piar Consulting. Penulis juga bertugas untuk menemani para model ketika mereka sampai di kantor Piar Consulting, dan juga menjadikan perantara antar klien dan model.

*Translate press release.* Kegiatan menerjemahkan *press release* adalah kegiatan yang dilakukan oleh *account executive* di Piar Consulting. Pendelegasian tugas yang diberikan kepada penulis bertujuan agar penulis mengerti *format press release* serta apa yang harus dipahami dalam menerjemahkan sebuah *press release*. Dalam menerjemahkan *press release*, ada beberapa istilah yang harus disesuaikan dengan konteks dari industri yang dibahas pada *press release* tersebut. *Press release* nanti akan kita berikan kepada media. Menurut Burhan Bungin (2006 : 72), karakter media massa adalah sebagai media komunikasi dan informasi. Media massa dapat melakukan penyebaran informasi secara massal, oleh karena itu masyarakat pun dapat mengakses secara massal.

Mencari berbagai hal yang terkait dengan *event*. Hal-hal tersebut meliputi *vendor* dan juga beberapa barang yang akan digunakan dalam menunjang *event*. Contoh keterlibatan penulis adalah pencarian jam tangan adidas sebagai hadiah dalam *event* Bundesliga, menghubungi red diorama, mencari psikolog untuk menjadi pembicara dalam *talkshow* Unza Vitalist, dan pencarian *venue* untuk acara Bundesliga. Vendor-vendor yang dicari oleh penulis adalah vendor kain, minuman (untuk acara The Walking Dead), segala hal yang berkaitan dengan acara Dubai Tourism, dan juga *pouch* sebagai wadah minyak wangi yang akan dibagikan ke para jurnalis pada acara Unza Vitalist.

*Loading* barang. *Loading* barang dilakukan pada saat sehari sebelum *event*. Penulis berkesempatan untuk mengikuti proses *loading*

barang *event launching product* Wonton Fiesta Seafood. Proses *loading* barang ini dilakukan pada saat malam hari sampai dengan subuh.

Membuat *summary*. Penulis juga berkesempatan untuk terlibat dalam pembuatan *summary* tentang pemberitaan klien dan juga kompetitornya. *Summary* ini diserahkan ke divisi media monitoring untuk diedit serta disusun, yang nantinya akan diserahkan ke klien.

Membuat hadiah untuk pemenang di event Unza Vitalist. Hadiah yang disusun oleh penulis adalah *parchel* yang berisikan produk-produk Unza Vitalist. Pengalaman ini memberikan pembelajaran sendiri kepada penulis bahwa seorang PR dalam praktiknya sangat membutuhkan *creativity skill*.

### **3.4 Kendala dalam Kerja Magang**

Di samping banyaknya ilmu serta pengalaman yang didapatkan penulis selama menjalankan praktik kerja magang, penulis juga berhadapan dengan beberapa kendala. Kendala yang dialami penulis adalah ketika jumlah kehadiran media tidak sesuai dengan ekspektasi klien.

### **3.5 Solusi atas Kendala dalam Kerja Magang**

Jika jumlah media tidak sesuai dengan ekspektasi klien, maka yang akan diperjuangkan oleh Piar Consulting adalah mengirimkan press release ke jurnalis yang tidak dapat hadir tersebut agar publikasi mengenai event tersebut tetap ada.

U  
M  
M  
N