**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 IFEX 2016

Selama dua setengah bulan menjalani praktik kerja magang, penulis memiliki kesempatan untuk menjadi bagian dalam *Marketing Communication* sebagai *internship* di PT. Kerabat Dyan Utama (member of Dyandra & Co). Pada pelaksanaannya, penulis memperoleh delegasi dan bimbingan kerja magang oleh Rizky Agung Pratama selaku Koordinator *Marketing Communication* yang membawahi tiga kategori di dalamnya yaitu *Promosi Outdoor, Visitor & Social Media, Media Relations* dan Produksi Promosi Cetak.

Penulis memiliki tanggung jawab penuh terhadap Rizky Agung Pratama akan segala pekerjaan yang dilakukan. Selain itu, penulis juga ditugaskan oleh Rizky Agung Pratama untuk membantu Shelly Vernanda yang berada pada kategori *Media Relations* dan produksi promosi cetak apabila memerlukan bantuan. Adapun pekerjaan yang dilakukan meliputi:

1. Memesan sovenir untuk media
2. Berhubungan dengan *vendor* sovenir
3. *Media handling* selama berada di *media center* dan area JIExpo
4. Melakukan koordinasi terhadap *volunteer* yang bertugas dalam *Media Relations* baik secara langsung maupun melalui *handphone.*
5. Melakukan koordinasi terhadap fasilitas media (transportasi & akomodasi) ketika akan menjemput media di bandara, di hotel ataupun di JIExpo Kemayoran.
6. Melakukan pendekatan personal dengan media secara langsung ataupun melalui *handphone*
7. Melakukan *press call* dan *follow up* kehadiran media dalam rangkaian acara IFEX 2016.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

8. Membantu koordinasi *media gathering* yang dikemas berupa dinner khusus untuk media internasional bersama Presiden Direktur.

## 3.2 Tugas yang dilakukan

Tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang sebagai internship Divisi *Marketing Communication* di PT. Kerabat Dyan Utama yaitu *Media Relations*.

Berikut rincian pekerjaan yang dilakukan penulis selama dua setengah bulan menjalani praktik kerja magang:

Tabel 3.1 Pekerjaan Magang Per-Minggu

| MINGGU | PEKERJAAN |
|---|---|
| 1<br>17-23 Februari | • Mencari *vendor-vendor* ransel untuk sovenir media melalui situs *online*<br>• Mencari ransel untuk sovenir media di Mangga Dua bersama *media partner* dan produksi kreatif<br>• Menelpon satu persatu *contact person vendor* yang diperoleh untuk menanyakan bahan ransel, harga, dan lama produksi |
| 2<br>24 Februari sampai 1 Maret | • Merekap data media di *Ms. Excel* seperti: pesawat, kamar hotel, jadwal kedatangan dan kepulangan.<br>• Membuat janji dengan *vendor* untuk *meeting* di kantor bersama *supervisor*.<br>• Berhubungan dengan *vendor* selama masa pembuatan ransel contoh<br>• *Meeting* kedua dengan *vendor* di kantor untuk melihat ransel contoh yang sudah jadi dan keputusan soal warna dan *design* ransel |



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

| | |
|---|---|
| | • Menghubungi *vendor goodie bag* dan pulpen untuk media saat seminar dan *press conference* |
| 3 & 4<br>2-15 Maret | • Menyiapkan *goodie bag* untuk sovenir media sehabis seminar di H-2<br>• Mengurus *volunteer* yang bertugas menjemput media di bandara<br>• Mengatur jadwal innova dari Blue Bird Group untuk menjemput media di bandara dan mengantarkan dari jiexpo ke hotel<br>• Mengantarkan media ke hotel dan membantu proses *check-in*<br>• Menghubungi 2 media yang akan dijemput untuk *dinner* oleh *supervisor* dan Ast. GM di Hotel Pullman dan Grand Mercure<br>• Membeli hadiah kenang-kenangan khusus untuk media inernasional dan diberikan saat *dinner*<br>• Membantu *supervisor* membuat *signage board* untuk penjemputan media di bandara<br>• *Stand by* di *media center* untuk melayani media yang membutuhkan bantuan<br>• Menanyakan kabar media yang di urus (sudah sampai di negaranya atau belum)<br>• *Press Calls* (berkoordinasi dengan media terkait penjemputan dan diantarkan ke lokasi tujuan, memberikan informasi dari perusahaan)<br>• Membantu mengatur kesiapan *media gathering* khusus media internasional |
| 5-6<br>16-19 Maret | • Menghitung keuangan yang digunakan oleh Koordinator *Marketing Communication*, *internship* dan *volunteer* di bidang *Media* |



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

| | |
|---|---|
| | *Relations* dalam melayani media untuk di *reimburse* kepada pihak *finance* perusahaan<br>• Merekap data media yang hadir dan tidak hadir dalam penyelenggaraan IEX 2016 |
| 7,8,9,10<br>30 Maret sampai 29 April | • Menyalin seluruh alamat *E-mail* yang tertera dalam majalah-majalah yang menjadi media partner IFEX 2016 sebagai data untuk promosi melalui *E-mail* saat IFEX selanjutnya. |

Sumber: Penulis

Tabel 3.2 *Timeline* Kerja Magang

| Aktivitas | Feb | Mar | | | | | April | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| *Media Souvenir* | | | | | | | | | | |
| Merekap data media | | | | | | | | | | |
| Melakukan koordinasi terhadap *volunteer* di bagian *Media Relations* | | | | | | | | | | |
| *Media Service with Media Facility* | | | | | | | | | | |
| *Media Handling in Media Center* | | | | | | | | | | |
| *Media Gathering / Press Reception* | | | | | | | | | | |
| *Press Call* | | | | | | | | | | |
| *Financial of media relations* | | | | | | | | | | |
| Input data *E-mail* dari semua majalah *Media Partner* | | | | | | | | | | |

Sumber: penulis



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

## 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

*Media relations* yang dilaksanakan oleh PT Kerabat Dyan Utama (member of Dyandra & Co) dalam IFEX 2016 ini merupakan divisi yang menjalin kerjasama dan pendekatan dengan media. Kerjasama yang ingin dijalin tersebut memiliki tujuan agar publisitas mengenai IFEX 2016 dapat tersebar luas dan diketahui banyak khalayak yang berada di Indonesia maupun negara lain.

Namun, dalam menjalin kerjasama dan pendekatan terhadap media, langkah awal yang dilakukan *Media Relations* adalah mengadakan *meeting* bersama GM Divisi Internasional dan Asisten GM karena kedua pihak tersebut telah menangani IFEX selama bertahun-tahun, sehingga mengetahui bagaimana strategi-strategi yang tepat bagi *Media Relations.*

Langkah berikutnya, tim *Media Relations* membuat perencanaan sesuai hasil rapat. Strategi-strategi yang dilakukan dalam mengajak media bekerjasama pun melalui mekanisme yang sudah diatur oleh perusahaan. Dimana tim Media Relations memberikan penawaran kerja sama secara formal. Tawaran kerjasama yang diterima merupakan tanda bagi Media Relations dalam melakukan langkah berikutnya yaitu membuat Memorandum of Understanding (MoU) bagi kedua belah pihak dan mulai melaksanakan tugas masing-masing sebagai give and take sesuai perjanjian yang tertera dalam MoU.

Menurut Barbara Averil dalam Yosal Iriantara (2008, h. 28) menyatakan bahwa *Media Relations* merupakan satu dari bagian *Public Relations* yang artinya adalah publisitas. Namun, *Media Relations* mempunyai peran yang sangat penting karena dapat menjadi landasan keberhasilan program yang direncanakan. Terlebih lagi *Media Relations* dipandang efisien karena ekonomis atau tidak memerlukan biaya dalam jumlah besar untuk melakukan publikasi mengenai program-program yang direncanakan perusahaan atau organisasi.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

Menurut Rini Darmastuti (2012, h. 40-41), *Media Relations* merupakan penjaga gawang bagi perusahaan atau organisasi yang mampu mengontrol penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Selain itu, seorang *Media Relations* dapat membantu pekerjaan jurnalist untuk menjadi bank data dan memberikan informasi mengenai perusahaan atau organisasi. Begitu juga sebaliknya, jurnalist yang bekerja pada institusi media dapat membantu *Media Relations* untuk menyalurkan informasi perusahaan kepada masyarakat luas.

Pekerjaan-pekerjaan yang dilaksanakan oleh tim *Media Relations* IFEX 2016 tidak luput dari bantuan *internship* dalam membantu kelancaran aktivitas yang dilakukan. Beberapa aktivitas Tim *Media Relations* dipercayakan kepada *internship* untuk melakukan beberapa pekerjaan sebagai berikut:

1. *Media Souvenir*

   Selama menjalani magang, penulis bertugas memesan sovenir sebagai kenang-kenangan dari IFEX dan strategi publikasi melalui media. Beberapa souvenir yang diurus oleh internship meliputi:

   - Ransel

     Sovenir ransel diberikan untuk seluruh media yang datang ke penyelenggaraan IFEX 2016. Proses pemesanan ransel dimulai dengan mencari *vendor* yang sesuai dengan keinginan, menghubunginya untuk menanyakan beberapa hal dan mengadakan *meeting* terkait *design* serta negosiasi harga per *pcs*. Selama proses pembuatan penulis selalu melakukan *follow up* dengan pihak *vendor* untuk memantau proses pembuatan ransel yang dipesan hingga siap diantarkan ke kantor.

     Proses penentuan warna tas disesuaikan dengan warna yang cocok dengan gender wanita maupun pria. Model ransel yang dipilih pun bergaya trendy dan cocok apabila digunakan jurnalist untuk bepergian meliput maupun traveling. Logo IFEX juga



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

disertakan pada ransel sebagai identitas yang dapat di publikasikan kepada masyarakat luas. Sistematika yang dilakukan selama menyiapkan ransel adalah sebagai berikut:

a. Memperoleh tugas dari koordinator untuk mencari vendor ransel *custom.*
b. Mencari *contact person* vendor dari google dan meminta referensi dari koordinator dan menghubungi beberapa vendor yang diperoleh *contact person* nya
c. Melaporkan hasil kepada koodinator mengenai pencarian vendor
d. Mengatur jadwal untuk *meeting* dengan salah satu vendor yang sudah dipilih bersama dengan koordinator di kantor PT. Kerabat Dyan Utama untuk menentukan warna dan desain ransel yang akan diberikan untuk media
e. Melakukan koordinasi dengan pihak vendor terkait pembuatan ransel contoh.
f. Mengadakan meeting kedua dengan pihak vendor dan koordinator untuk melihat hasil ransel contoh.
g. Mengirimkan *invoice* (tanda jadi pembelian) kepada pihak vendor dan memantau proses pembuatan ransel hingga selesai.
h. Memeriksa ransel-ransel yang sudah selesai dikerjakan untuk memastikan semua kondisi ransel dalam keadaan baik.
i. Berkoordinasi dengan tim GA untuk membawa ransel ke office tim IFEX 2016 di Jakarta International Expo Kemayoran.
j. Pada saat hari-H pelaksanaan IFEX, ransel disiapkan dalam media center dan diberikan setelah media melakukan registrasi ulang.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

- *Goodie bag, notes*, pulpen

  *Goodie bag, notes*, dan pulpen diberikan untuk semua media yang menghadiri seminar IFEX 2016 di JIEXPO Kemayoran. Pemesanan dimulai dengan menghubungi *contact person* yang sudah disediakan oleh koordinator. Lalu menyerahkan logo IFEX 2016 dan *design* yang diinginkan melalui *E-mail* dan mengirimkan *invoice* sebagai tanda jadi.

  Warna yang ditentukan untuk *goodie bag* disesuaikan dengan identitas IFEX yaitu merah berpadu dengan putih. Desain yang ditentukan pun sederhana hanya dengan menyertakan logo IFEX 2016 di tengah *goodie bag*. Sedangkan notes dan pulpen juga tidak menggunakan desain yang terlalu ramai karena hanya menonjolkan warna identitas dan logo IFEX 2016 saja namun tetap telihat menarik. *Goodie bag, notes* dan pulpen tersebut diberikan untuk media karena mengingat kebutuhan media dalam membuat berita dan mencatat seluruh hal penting serta apabila media membutuhkan *goodie bag* untuk menempatkan barang-barang penting saja dalam bepergian meliput. Sistematika yang dilakukan internship dalam mengurus *goodie bag*, pulpen dan notes adalah sebagai berikut:

  a. Memperoleh tugas dari koordinator untuk mencari vendor dalam membuat goodie bag, pulpen dan notes.
  b. Berkoordinasi dengan koordinator acara untuk memperoleh desain dan logo IFEX 2016 agar dapat diserahkan kepada pihak vendor .
  c. Memberikan invoice untuk vendor dan memberikan desain serta logo IFEX 2016
  d. H-2 IFEX, internship berkoordinasi dengan vendor untuk menerima pesanan goodie bag, pulpen dan notes di Jakarta International Expo Kemayoran.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

- *T-Shirt*

  *T-Shirt* disiapkan khusus untuk media internasional yang menghadiri jamuan makan malam bersama presiden direktur PT. Kerabat Dyan Utama, Tbk. *T-Shirt* dibeli oleh *internship* bersama tim acara di salah satu pusat perbelanjaan Jakarta. Sistematika dalam melakukan pekerjaan menyiapkan souvenir berupa T-Shirt adalah sebagai berikut:

  a. Memperoleh tugas dari koordinator *Marketing Communication* dan tim acara untuk membeli *souvenir* sebagai hadiah kenang-kenangan dari IFEX 2016 khusus untuk media internasional.
  b. Melakukan koordinasi dengan tim yang sudah ditentukan untuk bekerjasama membeli *souvenir* terkait lokasi pembelian, transportasi yang digunakan untuk menuju lokasi pembelian dan jam berapa *souvenir* tersebut sudah harus berada di lokasi *press receptiont* atau *media gathering.*
  c. Sesampainya di lokasi pusat perbelanjaan, *internship* dan tim acara langsung menuju toko DAMN! I Love Indonesia yang berada di Mall Grand Indonesia Jakarta Pusat.
  d. *Souvenir* yang dipilih berupa *T-Shirt.* Pemilihannya di sesuaikan dengan ukuran baju dan usia media-media yang akan diberikan *souvenir.*
  e. *Souvenir* yang sudah siap diantarkan menuju lokasi *media gathering* di Restorant Tesate Menteng dan di serahkan kepada koordinator *Marketing Communication* agar dapat diberikan untuk masing-masing media seusai *media gathering*.

Menurut Frank Jefkins (2004, h.19-20), publisitas merupakan "dampak dari diketahuinya suatu informasi". Publisitas yang dilakukan akan menimbulkan sebuah citra yang baik atau buruk. Namun, citra itu



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

sendiri terdiri dari bermacam-macam yang salah satunya adalah citra perusahaan.

Menurut Rachmat Kriyantoro (2012, h.201), iklan nonkomersial dijelaskan sebagai jenis iklan dengan sifat tidak langsung dalam menjual jasa atau produk suatu perusahaan untuk mempublikasikan iklan korporat seperti iklan rekrutmen, iklan layanan masyarakat, iklan institusi, iklan *Public Relations* dan iklan identitas korporat.

Fungsi dari iklan nonkomersial ini adalah untuk membangun kesadaran masyarakat akan merk dan citra perusahaan serta untuk kepentingan atau layanan masyarakat lain termasuk mempublikasikan identitas korporat. Fungsi lain iklan komersial adalah sebagai alat pendukung bagi *Public Relations Campaign* dan *Social Marketing.*

Uraian kerja magang yang dilakukan memiliki korelasi dengan konsep iklan atau publikasi identitas korporat. *Souvenir* ransel dan *goodie bag* beserta isi nya selalu disertakan logo IFEX yang berfungsi untuk mempublikasikan identitas IFEX 2016. *Souvenir-souvenir* tersebut diberikan untuk masing-masing media yang datang. Secara otomatis bila media tersebut menggunakan sovenir yang diberikan, tentu nama "IFEX" akan terpublikasikan dan banyak orang mengetahui nama "IFEX".

2. *Media Handling in Media Center*

*Media Center* berfungsi sebagai tempat atau ruangan berkumpulnya media dalam suatu pameran. penulis tidak *stand by* sendirian untuk melayani media, tetapi di damping oleh Tim *Public Relations* perusahaan, Shelly Vernanda selaku *Media Relations*, Rizky Agung Pratama selaku koordinator *Marketing Communication* dalam bidang *Media Relations* serta promosi *outdoor, visitor* dan *social media*.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

Tugas selama berada di *media center* adalah untuk membantu media apabila membutuhkan sesuatu dan memantau keadaan *media center* kondusif atau tidak. Media Handling tersebut merupakan strategi dalam membentuk citra positif mengenai tim IFEX di benak media dan berguna untuk memperoleh simpati dari media. Sistematika menangani media di media center sudah diatur sedemikian rupa dimulai dari kedatangan media di lokasi IFEX. yang meliputi:

a. Media yang datang disambut dan di arahkan untuk melakukan registrasi ulang di meja yang sudah tersedia.
b. Media dipersilahkan menempati bangku yang sudah disediakan untuk beristirahat sejenak sebelum melakukan aktivitas peliputan.
c. Media yang sudah duduk di salah satu bangku diersilahkan untuk mencicipi makanan ringan yang sudah disediakan, membuat minuman hangat sesuai selera, menawarkan makanan berat (makan siang) dan minuman dingin lainnya.
d. Memberitahukan fasilitas laptop dan *wifi* yang telah disediakan untuk memenuhi kebutuhan media dalam membuat dan mengirimkan berita ke kantor redaksi, fasilitas kursi pijat yang sudah disediakan apabila media merasa lelah, dan fasilitas photo booth guna kebutuhan photography untuk redaksi.
e. Melayani setiap kebutuhan media akan informasi. Namun, informasi-informasi penting yang disampaikan oleh *Media Relations* sudah di koordinasi terlebih dahulu sebelumnya agar tidak terjadi kesalahan dalam menyampaikan informasi.

Menurut Rini Darmastuti (2012, h.159), menjelaskan mengenai *by providing verification facilities* yang merupakan salah satu dari "strategi dalam membangun hubungan dengan media" dan merupakan bagian penting dalam memperhatikan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan media. Bagian ini bertujuan untuk membuat media merasa nyaman selama melakukan peliputan di perusahaan atau sebuah acara.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

Fasilitas sederhana yang perlu disiapkan meliputi ruangan untuk media bekerja (*press room*) dan koneksi internet. Koneksi internet sangat dibutuhkan karena media selalu berhadapan dengan *deadline*. Keberadaan internet dapat mempermudah pengiriman berita ke media tempatnya bekerja untuk di *edit.*

Dalam pelaksanan IFEX 2016, kata "press room" diganti menjadi "media center" yang merupakan sebuah ruangan untuk para media berkumpul dalam membuat berita, beristirahat, dan berkomunikasi dengan divisi *Media Relations* serta *public relations* perusahan sebagai bank data IFEX 2016 sehingga, memudahkan divisi *Media Relations* IFEX dan *public relations* perusahaan dalam melayani dan memenuhi kebutuhan media. Selain itu dalam penyelenggaraan event, keberadaan media center sudah menjadi hal penting untuk media dan memudahkan pertemuan tim Media Relations dengan media-media yang datang meliput acara

*Media center* IFEX tidak hanya dilengkapi dengan koneksi internet atau *wifi*. Tetapi meja dan kursi, beberapa laptop, dua buah kursi pijat untuk relaksasi, makanan ringan (*snack*), dispenser serta aneka minuman hangat, makan siang, *backdrop* IFEX 2016 sebagai identitas untuk berfoto di *media center*, dan banyak *stop contact* listrik tersedia untuk para media.

3. *Media Service with Pers Facility*

*Facility Pers* salah satu hal yang sangat diutamakan dalam memperlakukan media. Berikut sistematika mengenai tugas-tugas yang dilakukan *internship* dalam mengatur fasilitas media berupa:

a. Berkoordinasi dengan koordinator terkait *ID Badge* yang sudah disiapkan untuk media dimana internship harus memberi laporan pada koordinator apabila media-media yang di urus sudah bersama *internship.* Sehingga koordinator dapat menyiapkan *ID*



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

*Badge* di *media center* dan diberikan bersamaan saat media melakukan registrasi ulang di *media center*. Apabila terdapat *ID Badge* yang belum dibuat oleh koordinator, maka internship akan mengantarkan media yang di urus menuju *booth* registrasi di gerbang GPN JIExpo untuk berfoto dan menunggu proses *ID Badge* dibuat selama kurang dari 2 menit. *Internship* akan mengetahui orang tersebut adalah media melalui *press card* yang dikenakan. Namun bila terdapat media datang dan internship tidak mengetahui identitasnya, media tersebut akan diserahkan kepada koordinator.

b. Mengarahkan media menuju *media center* dan memberi pelayanan sebaik mungkin untuk seluruh media yang datang baik nasional maupun internasional.

c. Melakukan koordinasi dengan dua jasa mobil pribadi dari Blue Bird Group untuk penjemputan media di bandara. Dimana, satu mobil hanya diperbolehkan untuk menjemput satu media. Penjemputan dilengkapi dengan "signage board" yang bertuliskan nama media dan asal negaranya agar memudahkan pertemuan di bandara. Penjemputan media di bandara dilakukan oleh penulis sebagai *internship* dan satu *volunteer* bernama Siegfried yang di koordinatori oleh penulis sendiri selama *during event.*

d. Melakukan koordinasi dengan *receptionist* Hotel Grand Mercure terkait biaya sewa mobil dari hotel untuk mengantarkan media ke bandara setelah *check out*. Namun, saat perjalanan pulang kembali ke bandara, penulis tidak mendapat tugas untuk menemani dikarenakan jadwal *check out* media dari hotel rata-rata adalah dini hari. Sehingga hanya ditugaskan meyiapkan dan membayar biaya sewa mobil yang digunakan untuk mengantar.

e. Menyiapkan mobil pribadi dari kantor untuk menjemput beberapa media dari hotel menuju IFEX 2016 di JIExpo Kemayoran.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

f. Menyediakan hotel berbintang untuk media menginap selama periode IFEX 2016 yaitu 11-14 Maret 2016. Hotel yang ditentukan sebelumnya sudah di koordinir dengan baik dan sudah dilunasi pembayarannya. Sehingga, media yang di undang tidak perlu memikirkan biaya akomodasi selama berada di Kemayoran.

g. Inisiatif menawarkan minuman dan makanan untuk media apabila sudah bertemu di bandara dan sesampainya di hotel saat proses *check in*. Hal ini dilakukan untuk menjamu media apabila sudah merasa lapar dan haus selama perjalanan menuju Indonesia. Lokasi makan di diskusikan antara penulis dengan media terkait.

Menurut Rini Darmastuti (2012, h. 181), dalam kegiatan *Media Relations* yang dijalankan terdapat *facility pers* yang harus dipersiapkan sebaik mungkin apabila organisasi atau perusahaan mengundang media untuk berkunjung ke sebuah *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan itu sendiri. Fasilitas yang diberikan seperti transportasi, jamuan makan siang atau malam, dan akomodasi penginapan berupa hotel berbintang sebagai bentuk penghargaan bagi para media yang telah bersedia datang jauh-jauh.

Dalam pelaksanaan IFEX 2016, media yang diundang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Namun, fasilitas berupa transportasi dan penginapan di hotel berbintang hanya diberikan untuk media internasional karena jauh dari tempat tinggal. Media lokal atau media nasional tidak difasilitasi transportasi dan penginapan hotel berbintang karena media tempatnya bekerja mampu memfasilitasi transportasi menuju IFEX dan memiliki tempat tinggal sendiri seusai meliput. Tetapi semua media baik lokal maupun internasional di fasilitasi *ID Badge* sebagai akses keluar masuk JIExpo, akses meliput seluruh rangkaian acara IFEX, jamuan makan siang dan *snack* di *media center*.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

Fasilitas-fasilitas yang diberikan PT. Kerabat Dyan Utama tersebut sebagai bentuk penghargaan atas kesediaan media yang sudah datang jauh-jauh untuk meliput IFEX dan sebagai strategi untuk dapat mengambil hati para media agar bisa memiliki kedekatan personal yang erat. Selain itu, diharapkan perlakuan baik dari Radyatama mampu menuai *feedback* berupa loyalitas media untuk meliput IFEX berikutnya dan pemberitaan yang baik pula dari media.

4. *Press Calls*

*Press calls* yang penulis lakukan berupa

a. *Follow Up* media yang tidak ditemukan selama pencarian di bandara.
b. Koordinasi penjemputan dari hotel Grand Mercure untuk keberangkatan menuju lokasi *Media Gathering* berupa gala dinner media di Tesate Restaurant Menteng Jakarta Pusat.
c. Koordinasi transportasi dari hotel Grand Mercure menuju bandara setelah *check out*.
d. Koordinasi apabila media ingin jalan-jalan atau membeli oleh-oleh bagi keluarga di negaranya.
e. Memberikan informasi penting lainnya terkait IFEX 2016.

Dalam melakukan *press call* kepada media, penulis sebagai *internship* memperoleh mandat atau informasi-informasi terkait dari koordinator maupun divisi lain yang membutuhkan bantuan internship untuk menghubungi media. Berikut sistematika yang dilalui internship dalam melakukan *press call*:

a. Informasi dari pihak IFEX 2016 yang diterima akan dipahami terlebih dahulu oleh *internship*.
b. Bila terdapat informasi yang kurang dimengerti, *internship* akan menanyakan lebih lanjut dan lebih jelas kepada informan.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

c. Melakukan *press call* dan memberitahukan informasi yang ada untuk media. Apabila media tidak menjawab panggilan *internship*, maka *internship* akan mengirimkan pesan melalui SMS atau *whatsapp.*

d. Mencatat nama media yang sudah memberikan jawaban kepada *internship* di sebuah *notes.*

e. *Notes* yang bertuliskan data singkat media tersebut di foto yang berguna sebagai *back up* apabila *notes* tersebut rusak atau hilang.

f. Memeriksa kembali daftar media yang belum dapat dihubungi atau yang belum memberi respon terhadap *internship* agar dapat dihubungi kembali di waktu tertentu.

g. Memberikan laporan terhadap pihak IFEX terkait mengenai hasil *press call* yang sudah dilakukan agar pihak IFEX dapat melakukan pekerjaan yang selanjutnya sesuai hasil yang diperoleh *internship.*

Menurut Rini Darmastuti (2012, h. 182), *press call* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* suatu perusahaan atau organisasi dalam menyampaikan pesan informasi atau berita kepada media menggunakan telepon.

Pemberian informasi berupa *press call* yang dilakukan oleh penulis sesuai dengan konsep yang tertera diatas. Dimana *press call* dilakukan oleh penulis dalam memberikan informasi-informasi penting terkait perusahaan. Namun, tanggung jawab yang diberikan untuk penulis hanyalah *press call* dengan media internasional.

Selama berada di Indonesia, nomor *handphone* media hanya dapat dihubungi melalui nomor *whatsapp* jika *handphone* media sudah terkoneksi dengan jaringan internet atau *wifi*. *Press call* sendiri merupakan bentuk komunikasi yang dapat semakin membuat penulis dan media saling mengenal.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

5. *Press Reception*

*Press reception* dalam IFEX yang dibuat oleh Radyatama disebut *media gathering* dengan acara dinner media internasional bersama presiden direktur Radyatama dan jajaran penting lainnya. Penulis diberikan tugas untuk menyebarkan undangan *press reception* khusus untuk media internasional dan mengurus transportasi penjemputan media tersebut dari hotel ke lokasi *dinner* di Menteng Jakarta Pusat dan memberikan informasi kepada masing-masing media akan dijemput oleh siapa dan jam berapa di hotel.

Bersamaan dengan keberangkatan media menuju Tesate Restorant, penulis pergi ke salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta bersama dua orang divisi acara untuk membeli hadiah kenang-kenangan dari IFEX 2016 berupa *T-Shirt* "Damn! I Love Indonesia". Brand tersebut dipilih dengan tujuan dapat mencerminkan kecintaan masyarakat Indonesia terhadap bangsanya. Hadiah yang sudah dibeli dan dibungkus rapi langsung diantarkan ke lokasi dinner dan diberikan ke masing-masing media.

Sistematika yang dilakukan internship dalam membantu menyiapkan press reception meliputi:

a. Memperoleh delegasi untuk mengundang media hadir dalam meda gathering sehingga undangan berupa message harus di sebarkan secara personal kepada masin-masing media internasional melalui *whatsapp.*
b. Membantu membeli souvenir di Mall Grand Indonesia bersama tim acara yang sudah ditentukan.
c. Menyiapkan beberapa mobil untuk menjemput media dari hotel menuju Restorant Tesate Menteng. Proses pencarian mobil dilakukan oleh internship dan menanyakan secara personal kepada masing-masing tim IFEX yang dirasa membawa mobil pribadi untuk diminta kesediaannya dalam menjemput media di hotel.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

Menurut Frank Jefkins (2004, h.137), press reception merupakan acara informal untuk para media yang menyenangkan. Acara ini biasanya dipersiapkan dengan jamuan makan siang atau malam, dukungan peralatan *audio-visual*, dilakukan secara terencana dan lebih terorganisir selama beberapa minggu atau beberapa bulan. Sehingga pemburu berita yang diundang untuk meliput suatu acara dan dapat mendengarkan keterangan-keterangan resmi secara santai dari pihak perusahaan atau organisasi. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membangun kedekatan antara pemburu berita dan pihak perusahaan atau organisasi.

Terdapat korelasi antara pekerjaan magang dengan konsep diatas. Dari segi konsep, dipaparkan bahwa *press reception* atau pertemuan informal diadakan dengan rencana yang terorganisir. Sedangkan *press reception* yang dilakukan Radyatama disebut dengan *media gathering* dan pertemuan santai media tersebut diadakan tanpa di organisir dari jauh-jauh hari. *Press reception* yang diadakan Radyatama adalah dinner media internasional bersama presiden direktur.

*Dinner* ini mampu disiapkan dengan proses yang mudah dan hanya membutuhkan waktu beberapa jam saja. Dimulai dari melakukan *booking* kepada pihak restoran, melakukan koordinasi untuk transportasi penjemputan media di hotel dan memulai makan malam di restoran.

6. *Building Personal Relationship*

*Building Personal Relationship* dilakukan atas delegasi Rizky Agung Pratama agar penulis dapat *aware* dan inisiatif jika melihat kondisi media yang sedang senggang dan sendirian saat pelaksanaan IFEX berlangsung. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh penulis untuk



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

berkomunikasi, menjadi teman makan siang bagi media, memenuhi keinginan dari media untuk membeli oleh-oleh bagi keluarga di negara asalnya.

Membangun hubungan baik ini tidak hanya dilakukan secara tatap muka. Tetapi, komunikasi melalui *whatsapp* tetap dijaga seperti menanyakan kabar dan keberadaan media tersebut apabila belum terlihat di lokasi JIExpo, melayani pertanyaan-pertanyaan media diluar topik IFEX, menanyakan kabar media sudah sampai di negaranya dengan keadaan baik atau tidak dan mengucapkan terimakasih karena sudah berkenan datang meliput IFEX 2016. Sehingga kedekatan personal antar penulis dan media pun dapat dibina dengan baik. Sistematika dalam melakukan pendekatan personal dengan media meliputi:

a. Inisiatif memantau kondisi media baik nasional dan internasional apabila sedang terlihat sendiri, maka internship harus inisiatif menghampiri dan mengajak media tersebut berkomunikasi ataupun menemani makan siang
b. Bersedia menemani media baik nasional dan internasional saat ingin ditemani berkeliling meliput IFEX 2016 di lokasi acara
c. Bersedia mencarikan mobil untuk mengantarkan media internasional yang ingin jalan-jalan berkeliling pusat perbelanjaan di Jakarta atau membeli oleh-oleh bagi keluarganya
d. Melakukan komunikasi dengan media internasional melalui *whatsapp* untuk menanyakan kabar media internasional H+1 setelah meninggalkan Indonesia. Hal tersebut berguna untuk menanyakan kabar media tersebut sudah sampai di negaranya dalam keadaan baik atau tidak serta mengucapkan terima kasih karena telah bersedia datang ke Indonesia dan melakukan peliputan.

Menurut Rini Darmastuti (2012, h. 159), strategi *building personal relationship* ini dilakukan dengan melakukan pendekatan



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

personal antara pihak perusahaan atau *Public Relations* dengan media. Hubungan yang dijalin bukan hanya kedekatan personal dengan wartawan yang diutus meliput, tetapi juga kedekatan personal dengan pihak-pihak lain yang bekerja dalam institusi media.

Hubungan kedekatan personal ini diharapkan dapat menjalin keterbukaan antar *Public Relations* dengan media dan saling menghormati profesi yang disandang. Kedekatan personal yang dilakukan oleh *Public Relations* terhadap media tidak harus selalu bertatap muka, melainkan dapat dilakukan melalui SMS, *E-mail* atau media sosial lainnya.

Pekerjaan yang dilakukan penulis dalam membina hubungan baik dengan media memang sesuai dengan konsep dari Rini Darmastuti yaitu membina hubungan baik dapat dilakukan secara tatap muka maupun melalui SMS dan media sosial lainnya.

Strategi menjalin hubungan baik ini pun membawa dampak atau hasil yang baik bagi penulis karena para media internasional menaruh kepercayaan kepada penulis dalam memperoleh informasi dan menyampaikan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukannya secara informal atau santai layaknya teman. Hasil baik yang diperoleh penulis secara otomatis membawa nama baik perusahaan di mata media internasional tersebut.

## 3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktek kerja magang di PT. Kerabat Dyan Utama (member of Dyandra & Co) dalam *Indonesia International Furniture Expo* (IFEX) 2016, penulis menemui kendala-kendala seperti berikut ini:

1. Sulit melakukan koordinasi dengan *supervisor* karena *supervisor* tidak menggunakan HT selama berada di area JIExpo sehingga, harus selalu



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

memantau baterai *handphone* selama di area JIExpo agar dapat selalu berkomunikasi melalui *handphone* bila sulit bertemu.

2. Terdapat satu media yang tidak memberikan kabar saat akan dijemput di bandara dan membuat penulis serta *volunteer* menunggu lama. Selama pelaksanaan IFEX 2016 berlangsung pun media tersebut tidak dapat dihubungi sehingga menyulitkan penulis ketika akan memberikan pelayanan dan penghargaan untuk media tersebut. Tetapi saat penulis melakukan konfirmasi pada pihak hotel, media tersebut sudah melakukan *check in.* Namun, saat kamarnya dihampiri dan dihubungi melalui telepon kamar oleh *receptionist* hotel pun tidak ada jawaban.
3. Jasa mobil pribadi dari Blue Bird Group hanya digunakan hingga tanggal 13 Maret 2016 dan mobil operasional dari kantor kurang tersedia sehingga, tanggal 14 Maret 2016 tidak tersedia mobil sebagai fasilitas untuk mengantar jemput media. Hal tersebut menyulitkan penulis sebagai pihak yang dihubungi oleh beberapa media melalui *whatsapp* karena minta dijemput dari hotel menuju JIExpo dan diantarkan dari JIExpo menuju bandara. Selain itu, terdapat media lain yang ingin diantarkan ke pusat perbelanjaan untuk membeli oleh-oleh guna sanak saudara di negaranya yang membuat penulis sulit mencari mobil pinjaman.

## 3.5 Solusi atas Kendala yang ditemukan

Solusi-solusi atas kendala yang penulis hadapi adalah sebagai berikut:

1. Seluruh panitia perlu diwajibkan menggunakan HT selama berada di lokasi penyelenggaran *event* untuk mempermudah keperluan. Sehingga dapat selalu berkomunikasi walaupun baterai *handphone* sudah mati maupun *lowbat.*
2. Perlu dicantumkan dalam MoU bahwa media yang di undang wajib berkunjung ke *event* yang di selenggarakan untuk melakukan registrasi ulang dan meliput acara. Kemudian wajib memberikan laporan



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016

kedatangan kepada divisi *Media Relations* untuk memudahkan pemantauan dan pelayanan terhadap media.

3. Jasa mobil pribadi seharusnya tetap di sewa hingga *event* selesai agar tidak perlu repot mencari mobil pinjaman lain yang berfungsi untuk mempermudah segala kebutuhan media akan transportasi atau disediakan mobil operasional lebih dari kantor khusus untuk IFEX.



Aktivitas media relations..., Fransisca Vera Galih Eka Putri, FIKOM UMN, 2016