



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

Dari awal penulis memulai praktik kerja magang, penulis dibimbing langsung oleh seorang mentor bernama Eti Sumiati, *Account Manager* PT. Saka Inforindo Sarana. Namun, dalam pemberian tugas atau pekerjaan, penulis dapat menerima tugas atau pekerjaan dari divisi lain yang membutuhkan bantuan.

Penulis menempati posisi sebagai *account service*. Berdasarkan *company profile* Saka Infosa tahun 2013, *Account Service* merupakan bagian dari *Account Manager* yang berfungsi memberi dukungan atau *support* kepada *Account Manager* untuk menangani keperluan klien dalam melaksanakan fungsi *public relations*-nya dalam setiap *event* yang akan dilaksanakan.

Selama praktik kerja magang, penulis memiliki beragam tugas. Seperti preview video dari program Bukopin News, membuat topik BNews, revisi video agar siap tayang, mengikuti rapat mingguan bersama Metro Tv di Bank Bukopin MT Haryono, mengikuti rapat mingguan untuk *event Insurance Day 2013*, dan turut membantu selama *event* tersebut berlangsung. Tugas-tugas tersebut bervariasi untuk beragam klien selama penulis melakukan praktik kerja magang.

TABEL 3.1

TABEL PEKERJAAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM *EVENT*

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
---------------	------------------------------------------

1	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan terhadap lingkungan kantor. b. Mengikuti rapat <i>Insurance Day</i> yang pertama. c. Rapat Bukopin News bersama Metro TV d. Membuat kriteria audisi <i>event Insurance Day : Mizz & Mazz Asuransi</i>.
2	<ul style="list-style-type: none"> a. Rapat Bukopin News di Kantor Pusat Bank Bukopin MT Haryono. b. Revisi konten Bukopin News. c. Mendata kampus-kampus untuk pelaksanaan <i>event Insurance day</i>.
3	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat topik dan script untuk Bukopin News. b. Revisi konten Bukopin News. c. <i>Follow up</i> kampus dan venue untuk <i>event Insurance Day</i>.
4	<ul style="list-style-type: none"> a. Follow up komunitas untuk pengisi acara Tupperware Home Fair. b. Revisi konten Bukopin News.
5	<ul style="list-style-type: none"> a. Rapat Bukopin News bersama Metro TV. b. Revisi konten Bukopin News.
6	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengikuti rapat untuk pembuatan program komunikasi Bank Bukopin. b. Revisi konten Bukopin news. c. Membuat <i>script</i> untuk konten Bukopin News.
7	<ul style="list-style-type: none"> a. Revisi konten Bukopin News. b. <i>Brainstorming</i> template <i>website event Insurance Day : Mizz & Mazz Asuransi</i> c. Membantu pembuatan media promosi cetak.
8	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengikuti <i>event Tupperware Manager Conference</i>. b. Rapat Bukopin News bersama Metro TV. c. <i>Posting Facebook : Mizz & Mazz Asuransi</i>.
9	<ul style="list-style-type: none"> a. Revisi konten Bukopin News b. Membuat <i>Posting Plan Twitter</i> untuk <i>spokesperson event Insurance Day</i>. c. <i>Maintaining social media Facebook Insurance Day</i>.
10	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan Sosialisasike kampus-kampus untuk <i>event Insurance</i>

	<p><i>Day</i> :Mizz Mazz Asuransi.</p> <p>b. Melakukan pencarian peserta ke kampus-kampus.</p> <p>c. <i>Posting Facebook</i> : Mizz & Mazz Asuransi.</p>
11	<p>a. Revisi konten Bukopin News.</p> <p>b. Mengikuti rapat bersama klien dan panitia <i>Insurance Day</i>.</p> <p>c. Membuat video audisi Mizz & Mazz Asuransi.</p>
12	<p>a. Mengaudisi peserta Mizz & Mazz Asuransi Jakarta, Surabaya, Medan melalui video.</p> <p>b. Revisi konten Bnews.</p> <p>c. Mengikuti rapat bersama klien dan panitia <i>Insurance Day</i>.</p>
13	<p>a. Revisi konten Bnews.</p> <p>b. Mengikuti rapat bersama klien dan panitia <i>Insurance Day</i>.</p> <p>c. Melakukan audisi peserta tambahan Mizz & Mazz Asuransi melalui video.</p>
14	<p>a. <i>Follow Up</i> peserta Jakarta.</p> <p>b. Memberikan informasi tentang <i>event</i> Mizz & Mazz.</p> <p>c. Mengikuti pembekalan dan <i>briefing</i> peserta Mizz & Mazz Asuransi Jakarta di UNIKA Atma Jaya.</p> <p>d. Revisi konten Bnews.</p>
15	<p>a. <i>Follow Up</i> peserta Medan dan Surabaya.</p> <p>b. Mengikuti audisi peserta Mizz & Mazz Jakarta di UNIKA Atma Jaya Jakarta.</p>
16	<p>a. Membantu mencari <i>wardrobe</i> peserta untuk <i>event Insurance Day</i>.</p> <p>b. Mengikuti pembekalan peserta Mizz & Mazz Asuransi.</p> <p>c. Membantu proses gladi resik peserta Mizz & Mazz Asuransi.</p> <p>d. Mengikuti <i>event Insurance Day</i> 2013 : Mizz & Mazz Asuransi.</p>

3.2 TUGAS YANG DILAKSANAKAN

Tugas yang dilaksanakan selama menjalankan praktik kerja magang adalah melaksanakan tugas yang diberikan oleh Eti Sumiati selaku Account Manager dan pembimbing lapangan penulis. *Job Description* yang diberikan *Account Manager* yaitu Eti Sumiati kepada penulis antara lain :

1. Melakukan *research* untuk persiapan *event* Mizz Mazz Asuransi.
2. Membuat catatan dalam setiap pertemuan rapat
3. Memeriksa, merevisi, dan memberikan usulan dalam konten program televisi yang ditangani Saka Infosa.
4. Menyiapkan dan mengembangkan media promosi pada *website* dan *social media* lainnya.

Tugas-tugas yang dijalankan penulis selama menjalankan praktik kerja magang tergambar dalam tabel berikut ini :

TABEL 3.2

TABEL TIMELINE AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS DALAM EVENT

Aktivitas	Minggu Ke-															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Pengenalan Lingkungan Kerja	√															
Meeting dengan Klien : Bukopin News	√	√			√			√								
Merencanakan Konten dan revisi Bukopin News		√	√	√		√	√		√		√	√	√	√		
Pra Produksi (<i>Planning</i>) <i>Event</i> <i>Insurance Day 2013</i>	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√	√	√	
Tahap Produksi <i>Event</i>																√
Pasca Produksi <i>Event</i> <i>Insurance Day 2013</i>																√

3.3 URAIAN PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA MAGANG

Jenis pekerjaan yang terdapat dalam PT Saka Inforindo Sarana sangat beragam. Karena *event* datang tiada hentinya. Saat penulis melakukan praktek kerja magang, penulis mempunyai dua tanggung jawab utama, yang pertama adalah Bukopin News, dimana Saka Infosa ditunjuk sebagai konsultan komunikasi. Kedua adalah membantu dalam upaya mensukseskan *event Insurance Day* dengan program utamanya bernama Mizz & Mazz Asuransi Indonesia 2013.

3.3.1 Pengenalan Lingkungan Kerja

Penulis bekerja dibawah bimbingan *Account Manager*, yaitu Eti Sumiati. Pada awal penulis melakukan proses kerja magang, penulis diperkenalkan kepada orang-orang yang bekerja di divisi kreatif beserta *job description* di divisi tersebut. Setelah itu penulis diperkenalkan kepada orang-orang yang bekerja di bagian administrasi, dan dipertemukan dengan pemilik sekaligus pemimpin perusahaan bernama Markus R.A Prasetyo.

Setelah itu penulis dipertemukan dengan *Senior Account Executive* yaitu Adrian Saputro, *Account Executive / Service* Ahmad Zakki, dan *Senior Talent Manager* Maya Sopha, dan bagian produksi yaitu A. Alfariy dan Gilang. Setelah mengenal orang-orang di Saka Infosa, dan cara kerjanya, barulah penulis memulai praktik kerja magang di perusahaan tersebut.

3.3.2 Pra Produksi (*Planning*) *Event Insurance Day 2013*

Proses perencanaan merupakan kunci untuk terselenggaranya sebuah kegiatan. Memberi perhatian khusus dalam merencanakan sebuah *event* dapat berpengaruh pada kesuksesan pelaksanaan *event* kelak. Perencanaan *event* merupakan alat dan panduan apakah suatu kegiatan dapat berjalan sesuai harapan atau tidak. Proses perencanaan yang penulis jalankan diantaranya adalah :

a. Meeting dengan Klien : *Insurance Day*

Menurut *website* resmi Dewan Asuransi Indonesia, Inisiatif penyelenggaraan sebuah "*Insurance Day*" pertama kali dideklarasikan pada konferensi anggota-anggota *East Asian Insurance Congress* (EAIC) pertengahan tahun 2006 di Brunei Darussalam, dimana ke-11

kota anggota EAIC menyepakati tanggal 18 Oktober sebagai sebuah “Hari Asuransi” untuk diperingati oleh segenap anggota.

Hari Asuransi ini disebut dengan *Insurance Day*, dan membentuk kepanitiaan untuk memperingati hari asuransi tersebut, kepanitiaannya berada dibawah Dewan Asuransi Indonesia atau yang biasa disebut dengan DAI. Setiap tahunnya DAI mengadakan perayaan hari asuransi dunia dimana peringatan tersebut dirayakan dengan berbagai program, tema, dan target yang berbeda-beda.

Tahun 2013 ini, peringatan hari asuransi dunia ditargetkan untuk anak-anak muda. Saka Infosa sebagai *event organizer* dipercaya untuk menangani perayaan *Insurance Day* 2013. Karena targetnya anak muda, maka pada saat rapat pertama, Saka Infosa mempresentasikan ide dan konsep utamanya, bertemakan pemilihan duta asuransi untuk anak-anak muda.

Rapat pertama dibuka dengan mempresentasikan slogan, yaitu “Selagi Muda Mari Berasuransi”, dengan harapan membelokan citra asuransi dimana asuransi hanya untuk orang tua dan bukan kewajiban anak-anak muda, selain itu tujuan *Insurance Day* 2013 ini untuk memberikan informasi bahwa terdapat banyak peluang karir dalam industri asuransi dan meningkatkan *awareness* masyarakat terutama anak-anak muda terhadap asuransi.

Setelah itu, dipresentasikanlah program utama untuk peringatan *Insurance Day*, pemilihan duta asuransi, bernama Mizz Mazz Asuransi 2013. Kemudian didapatkan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan klien, sebagai dasar pihak Saka Infosa termasuk penulis untuk melaksanakan tugas-tugasnya sebagai *event organizer*.

Pada minggu seterusnya sampai mendekati hari *event* berlangsung, rapat diadakan satu minggu sekali secara rutin. Rapat tersebut membicarakan kemajuan-kemajuan yang sudah dibuat oleh pihak Saka Infosa dan juga melaporkan keputusan-keputusan yang telah diambil oleh panitia.

b. Membuat kriteria audisi Mizz Mazz Asuransi

Audisi Mizz Mazz Asuransi diselenggarakan di tiga kota, dengan target mahasiswa dan mahasiswi yang berani tampil dan menarik untuk menjadi calon duta asuransi Indonesia. Sebagai ajang pencarian duta, maka perlu ada kriteria khusus untuk menjadi standar peserta sebelum mencalonkan diri.

Penulis membuat kriteria berdasarkan referensi yang penulis lihat dari ajang-ajang kecantikan di Indonesia maupun luar negeri. Penulis diminta untuk membuat dua persyaratan, umum dan khusus. Dengan melakukan pencarian referensi terlebih dahulu, barulah penulis dapat menyimpulkan kriteria berupa :

TABEL 3.3
TABEL KRITERIA AUDISI MIZZ MAZZ ASURANSI 2013

Persyaratan Umum Kriteria Mizz Mazz Asuransi	
1	Perempuan dan laki-laki, usia 17-25 tahun.
2	Tinggi minimal 165cm, badan proporsional.
3	<i>Good looking</i> dan berkepribadian menarik
4	Terdaftar sebagai mahasiswi perguruan tinggi
5	IPK minimum 3.00
6	Tidak ada keterikatan dengan rokok dan narkoba.
Persyaratan Khusus Kriteria Mizz Mazz Asuransi	
1	Memiliki pengetahuan umum yang luas.
2	Memiliki pengetahuan tentang asuransi.
3	Kemampuan berkomunikasi yang baik dengan bahasa asing akan menambah penilaian.
4	Memiliki keahlian khusus (Musik, menari, menyanyi, dll)

c. Mendata Kampus untuk Venue Mizz Mazz Asuransi

Venue atau tempat pelaksanaan *event* harus menjadi perhatian yang serius dan harus memilih secara cermat. Ada beberapa pertimbangan dalam pemilihan tempat acara Mizz Mazz Asuransi. Pertama, kampusnya mudah di akses berada di tengah kota, mempunyai *image* mahasiswa yang aktif, berani tampil, dan percaya diri, dan memiliki lahan yang cukup untuk pengadaan acara.

Event Mizz Mazz Asuransi berencana untuk melakukan audisi di tiga kota besar di Indonesia. Yaitu Jakarta, Surabaya, dan Medan. Harapannya adalah target peserta audisi untuk menemukan mahasiswa dan mahasiswi berani tampil dan menarik dapat tercapaian.

Setelah itu kampus-kampus yang sudah didata oleh penulis disampaikan saat rapat panitia berlangsung, dan panitia memutuskan mana yang masuk dalam daftar dan mana yang tidak.

d. Follow Up Kampus Mizz Mazz Asuransi

Penulis ditunjuk untuk berhubungan langsung dengan pihak universitas-universitas yang telah disetujui panitia. Penulis diminta untuk membuka jalan agar universitas tersebut bersedia dijadikan tempat *event* disediakan. Hampir seminggu lamanya, penulis berhubungan dengan berbagai macam universitas yang ada di Jakarta, Medan, dan Surabaya. Untuk bernegosiasi agar kampus tersebut bersedia.

Penulis berhubungan dengan universitas-universitas tersebut melalui telfon. Penulis diminta untuk mendapatkan segala informasi dan persyaratan apa saja yang diperlukan untuk

dapat izin membuat acara di kampus tersebut. Setelah itu setiap harinya penulis melaporkan *progress* kepada pembimbing lapangan.

TABEL 3.4

LIST KAMPUS JAKARTA SURABAYA DAN MEDAN

<i>List Kampus Jakarta :</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Universitas Esa Unggul – 021 5674223 / 5682510 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Belum ada jawaban tapi ada email humasnya dari website. ❖ humas@esaunggul.ac.id 2. Universitas Mercu Buana – 021-5857722 / 5840816 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Lagi menunggu kabar Humasnya 3. YAI – 021 391 6000 / 3926000 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Kirim proposal hard copy, ditujukan untuk Ibu Desi Anas bagian Biro Humas dan Marketing 4. Prasetya Mulya – 021 30450500 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Email proposal ke : bona@pmb.ac.id 5. Paramadina – 7918 1188 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Kirim proposal hard copy ke bagian umum : Ibu Agustin Widyaningsih 6. Universitas Bunda Mulia – 021 6929090 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Email proposal ke nkonstantia@bundamulia.ac.id 7. Atma jaya (akhirnya bisa dihubungin) <ul style="list-style-type: none"> ❖ Kirim proposal ke pr@atmajaya.ac.id
<i>List Kampus Bandung :</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIKOM – 022-2533825 / 2504119 / 022 2506553 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Masukin proposal hard copy ditujukan untuk Rektorat UNIKOM 2. Widayatama - 022 7275855 / ext. 205 <ul style="list-style-type: none"> ❖ Besok telfon kebagian kemahasiswaan.
<i>List Kampus Surabaya :</i>
Surabaya
<ol style="list-style-type: none"> 1. 17 Agustus – 031 5931777 / 031 5926714

- ❖ Untuk event dilarang produk rokok.
- ❖ Proposal dikirim ke humas@untag-sby.ac.id

2. ITS - 031 5994251
(belum ada jawaban)

3. Universitas Surabaya
❖ Email proposal, pengantar, dan kapan penyelenggaraannya ke dpk@ubaya.ac.id. Ditujukan untuk direktur DPK.

(031) 2981030

- Alasan memilih :
 1. Universitas swasta terbaik di Surabaya
 2. Termasuk kampus mahal

4. Universitas Ciputra Surabaya
❖ Email proposal ditujukan untuk ibu Dina.
dhastari@ciputra.ac.id

(031) 7451699

- Kampusnya bagus dan mahal
- Terkenal sama anak-anak gaul
- Lokasi di mall besar ciputra surabaya

List Kampus Makassar :

1. Atmajaya – 0441 871038
❖ Kirim surat proposal melalui TIKI
2. 45 University Of Makassar – 0411 452901 / 0411 452789
❖ Fax proposal ke 0411-424568
3. Universitas Andi Jemma Palopo – 0471 24506
(Belum bisa dihubungi)
4. Cokroamioto – 0411 452789
(Belum bisa dihubungi)

List Kampus Medan

1. Al-azhar – 061 8361911
❖ Nomor telfon humas al-azhar medan : **Bang Payung Harahap : 0813 7608 3084**
❖ Kirim email proposal ke : payungharahap@yahoo.com
2. HKBP – 4522922 / 414
❖ Belum ada jawaban, nama kontakannya : **Bu Normina Manurung**
3. Univ Islam Sumut – 061 7866932

- ❖ Kirim surat proposal ditujukan untuk rector.
- 4. Quality Medan – 061 4578388
 - ❖ Kirim proposal ke universitasquality.ac.id atau kirim lewat facebook : Universitas Quality
- 5. Univ St. Thomas – 061 8210161
 - ❖ Kirim proposal dan surat kepada rector. Di fax ke 061-8213269
- 6. Medan Area – 061 7366878 / 7364348 / 7360168
 - ❖ Kirim proposal yang ditujukan untuk rector Universitas Medan Area.

e. Brainstorming website Mizz Mazz Asuransi

Website adalah satu set halaman web yang saling berhubungan, biasanya termasuk *home page*, secara umum berlokasi di server yang sama, dipersiapkan dan dikelola sebagai sekumpulan informasi oleh seorang, grup, atau organisasi. (Thomas, 2008: 305)

Website adalah halaman informasi yang bisa diakses dari seluruh dunia melalui jaringan internet. Media ini bisa berisi tulisan, gambar, animasi, lagu, hingga video. Dengan perkembangannya yang sangat pesat, berbagai promosi kreatif bisa ditampilkan di *website* ini. (Yudha, 2013: 63)

Keunggulan dari *website* ini termasuk banyak. Seperti contohnya, *website* bisa menampilkan segala jenis informasi secara lengkap, menarik, dan komunikatif terhadap audiensnya. Agar *website* ini dapat menjadi media promosi yang maksimal, *design*, konten, serta kalimat-kalimat menarik sangat penting untuk direncanakan. Perencanaan tersebut dibuat dalam proses *brainstorming*.

Brainstorming adalah proses menyatukan ide dan kreatifitas untuk mendapatkan tujuan yang sama. Penulis melakukan *brainstorming* dengan pembimbing lapangan dan juga tim kreatif untuk pembuatan *website* Mizz Mazz Asuransi. Yang dibicarakan mulai dari kata-kata, *design*, sampai warna *website*. Dan semua itu dibuat sesuai dengan targetnya, yaitu anak-anak muda.

Penulis menyarankan agar *website* dibuat *simple*, dan didominasi dengan warna-warna cerah agar menarik dan tidak membosankan untuk dibaca.

f. Membuat Iklan dan Media Promosi Cetak

Periklanan adalah informasi yang ditempatkan di media oleh sponsor tertentu yang jelas identitasnya yang membayar untuk ruang dan waktu penempatan informasi tersebut. Ini adalah metode terkontrol dalam menempatkan pesan di media. *Public Relations*

menggunakan *advertising* untuk menjangkau audien yang lebih luas (Scott M. Cutlip, 2006:14)

Iklan dapat ditempatkan di berbagai macam media. Media cetak dan elektronik. Media elektronik seperti televisi dan radio. Sedangkan media cetak seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media elektronik yang digunakan adalah radio. Penulis membantu memilih *ad-lips* yang telah dibuat. Kemudian untuk media cetak, yang dipilih adalah majalah dan koran.

Penulis membantu mengikuti proses pemotretan dan juga mencari *talent* untuk menjadi model iklan di media cetak. Juga mensortir media cetak mana yang akan digunakan untuk beriklan. Selain media cetak, media promosi yang digunakan lainnya adalah media luar ruang. Media luar ruang adalah media yang sering digunakan ditempat umum dan terbuka. Contohnya poster dan spanduk.

Untuk mempromosikan *event* Mizz Mazz Asuransi, media luar ruang seperti poster sangat berguna untuk penyebaran informasi. Poster bersifat informatif karena didalam poster biasanya memuat informasi yang cukup lengkap dan jelas tentang apa yang ingin disampaikan. Poster tersebut disebar di berbagai universitas. Hasil pemotretan tersebut yang menjadi materi poster.

g. Sosialisasi *Event* Mizz Mazz Asuransi

Menurut Soerjono Soekamto, sosialisasi adalah proses sosial tempat seorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang di sekitarnya. Mizz Mazz Asuransi merupakan tema yang diusung dalam rangka *insurance day* 2013 dengan menargetkan anak-anak muda atau mahasiswa. Langkah utama yang harus dilakukan adalah melakukan sosialisasi ke kampus-kampus tentang *event* ini untuk mengedukasi dan memberi informasi kepada mahasiswa dan mahasiswi.

Penulis mendapat tugas untuk mensosialisasikan *event* Mizz Mazz Asuransi ke kampus-kampus di Jakarta. Penulis mendatangi kampus-kampus yang menjadi sasaran, kemudian bertemu langsung dengan mahasiswa dan mahasiswinya dan menjelaskan segala informasi yang berkaitan dengan *event*, mulai dari maksud dan tujuan acara, hadiah yang akan didapat, dan mempersuasi para mahasiswa dan mahasiswi untuk tertarik mendaftarkan diri mengikuti ajang Mizz Mazz Asuransi.

Langkah yang penulis lakukan untuk sosialisasi *event* adalah :

1. Mendatangi kampus-kampus di Jakarta, dan melakukan kordinasi dengan pihak kampus untuk meminta izin pemasangan poster, penyebaran *flyer* untuk proses sosialisasi *event*.
2. Penulis mempresentasikan konsep *event* kepada pihak kampus, untuk memperoleh *feedback* atau tanggapan tentang boleh tidaknya *event* ini diadakan dikampus tersebut.
3. Setelah mendapat izin, penulis menempelkan poster dan bertatap muka langsung dengan para mahasiswa untuk menjelaskan *event* Mizz Mazz Asuransi.
4. Penulis mendata para mahasiswa yang tertarik untuk mengikuti ajang tersebut, dengan memberikan formulir. Penulis juga mengambil foto peserta dan merekam video untuk keperluan persyaratan audisi.

Sosialisasi yang penulis lakukan bukan hanya untuk sekedar memberikan informasi, melainkan mencari peserta dan bagaimana mempersuasi anak-anak muda yaitu para mahasiswa untuk menjadi peserta Mizz Mazz Asuransi. Setelah data didapat, penulis melaporkan hasil pekerjaan melalui *email* kepada pembimbing lapangan.

h. Audisi Video Peserta Mizz Mazz Asuransi

Persyaratan untuk mengikuti Mizz Mazz Asuransi adalah para peserta harus mengunggah video mereka ke *Youtube*, berdurasi maksimal satu menit, berisikan tentang pengetahuan mereka tentang asuransi, dan kata-kata yang menjadi ciri khas mereka. Tujuannya adalah agar panitia dan Saka Infosa dapat melihat dan mengaudisi peserta untuk dinyatakan lolos berdasarkan video yang mereka kirim.

Video tersebut dibuat bebas sesuai dengan kreatifitas para peserta audisi. Pihak Saka Infosa termasuk penulis bertugas untuk mengaudisi dan memberi penilaian terhadap berbagai *video* yang masuk kemudian mensortir mana yang terbaik dan melaporkan hasilnya kepada panitia. Pada akhirnya pihak panitia lah yang memilih mana yang masuk dan mana yang tidak.

Total peserta audisi lebih dari 200 orang dengan karakter dan jenis video yang berbeda-beda. Pihak Saka Infosa dan penulis berusaha memilih seadil mungkin berdasarkan persyaratan yang sudah ada sebelumnya. Setelah mengaudisi peserta Jakarta, baru audisi *video* peserta Surabaya dan Medan dimulai.

TABEL 3.5

No	Nama	Fisik	Pemahaman Asuransi	Public Speaking	Kreatifitas	Jumlah
1	Tama Ulita	4	5	5	4	18
2	Bella Aryani	4	5	4	2	15
3	Suzan Stevan Silaban	3	4	4	4	15
4	Marchela Atrisia	3	4	3	4	14
5	Stenny	4	4	4	2	14
6	Dede Arimbiyanti	2	4	4	4	14
7	Siti Aminah	3	4	4	3	14
8	Regina Ghaida	4	3	4	2	13
9	Fika Ayu Sofiana	4	3	3	2	12
10	Dejarina	4	3	3	2	12
11	Nadhillah Shabrina	3	3	3	2	11
12	Intan Pertiwi Sianipar	2	4	3	2	11
13	Nur Muhayminah	3	2	3	3	11
14	Nurul Diyah Arini	3	3	3	2	11
15	Atiya	3	2	4	2	11
16	Futri Virginia	3	2	3	2	10
17	Astri Galuh	3	2	2	2	9

18	Shereena Ruby	3	2	2	2	9
19	Meidita	4	1	1	1	7

FORMULIR PENILAIAN VIDEO MIZZ MAZZ ASURANSI

Kemudian panitia diminta untuk memilih 15 finalis Mizz Asuransi. hasilnya dapat dilihat di data berikut :

TABEL 3.6

HASIL PEMILIHAN FINALIS

WANITA / MIZZ ASURANSI JAKARTA		
No.	Nama	Link Youtube
1.	Tama Ulita	http://www.youtube.com/watch?v=3NU-rhiQwkU
2.	Marchella Atrisia	http://www.youtube.com/watch?v=tsL5CXxFNjA
3.	Dede Arimbiyanti	http://www.youtube.com/watch?v=lhpReYSNMgk
4.	Nadhilah Shabrina	http://www.youtube.com/watch?v=fuOVmXR41R0
5.	Bella Aryani	http://www.youtube.com/watch?v=GkuhM-v6fSw
6.	Suzan Stevan Silaban	http://www.youtube.com/watch?v=Il8L8ao_S9I
7.	Atiya	http://www.youtube.com/watch?v=xMnFVUGI7MQ
8.	Dejarina (Orin)	http://www.youtube.com/watch?v=GcmwSImrnIM
9.	Fika Ayu Sofiana	http://www.youtube.com/watch?v=VkXgzlzsJBw
10.	Siti Aminah (Tity)	http://www.youtube.com/watch?v=ns79WddmSIQ
11.	Stenny	http://www.youtube.com/watch?v=sy39oUtLO7w
12.	Intan Pertiwi Sianipar	http://www.youtube.com/watch?v=HKALvsK2IQE
13.	Nur Muhayminah	http://www.youtube.com/watch?v=44icpXuc3Uc
14.	Nurul Diyah Arini	http://www.youtube.com/watch?v=y4_pcaS3C0Q
15.	Astri Galuh	http://www.youtube.com/watch?v=FYKe2aofc3c

i. Follow Up Peserta Mizz Mazz Asuransi

Setelah mengaudisi peserta melalui *video*, penulis melakukan *follow up* terhadap peserta audisi untuk memberi informasi bahwa mereka lolos audisi *video*. Penulis berhubungan dengan para peserta melalui telepon. Penulis memiliki data peserta Jakarta, Medan, dan Surabaya, kemudian bertanggung jawab atas para peserta tersebut. Disinilah penulis menjadi salah satu yang bertanggung jawab terhadap peserta Mizz mazz Asuransi.

Secara rutin penulis mencoba untuk menghubungi para peserta. Karena tidak semua peserta dapat dihubungi dihari yang sama. Kemudian penulis memberi informasi kepada peserta bahwa akan ada pembekalan peserta pada tanggal yang sudah ditentukan panitia dan memastikan seluruh peserta audisi hadir pada saat pembekalan, gladi resik, maupun saat hari audisi berlangsung.

j. **Briefing Peserta Mizz Mazz Asuransi Jakarta**

Sebelum memulai audisi yang sebenarnya, peserta Mizz Mazz Asuransi Jakarta diwajibkan untuk menghadiri pembekalan peserta berupa *briefing*, perkenalan dengan para juri, latihan koreografi, sekaligus panitia dan pihak Saka Infosa termasuk penulis memulai penilaian terhadap peserta.

Peserta audisi Jakarta berjumlah 16 laki-laki dan 16 perempuan. Mereka dipasangkan menjadi 8 pasang Mizz dan Mazz Asuransi. Pembekalan ini juga berguna untuk perkenalan peserta satu sama lain. Para peserta audisi datang dari berbagai kampus di Jakarta dan Bandung. Penulis ditugaskan untuk bertanggung jawab atas kehadiran semua peserta, mendata mereka, dan memberi penilaian.

Pembekalan dimulai pukul 14.00, peserta datang dan penulis mendata satu per satu. Kemudian peserta dikumpulkan dalam satu aula, dan perkenalan kepada pihak panitia dan Saka Infosa. Penulis dan mba Anggi diperkenalkan sebagai penanggung jawab peserta. Setelah itu, pihak panitia memanggil nama peserta dan meminta mereka untuk perkenalan diri dan *fashion show*.

Setelah peserta memperkenalkan diri mereka, barulah diadakan *briefing* kepada peserta. Pihak panitia menjelaskan ulang maksud dari pemilihan duta asuransi ini dan apa saja yang diharapkan dari peserta dan saja yang perlu peserta persiapkan untuk audisi keesokan harinya. Seperti *dress code*, celana *jeans*, *high heels*, dan ada juga pembekalan tentang pengetahuan umum tentang asuransi.

Sore harinya, peserta melakukan pelatihan koreografi oleh koreografer yang disiapkan pihak Saka Infosa, kemudian peserta dipersilahkan untuk kembali kerumah masing-masing. Bersamaan dengan pembekalan audisi peserta Jakarta, peserta audisi di Surabaya dan Medan juga melakukan pembekalan peserta namun dengan tanggal yang berbeda.

k. Membuat Naskah Twitter : Mizz Mazz Asuransi

Dalam rangka mempromosikan *event* Mizz Mazz Asuransi, Saka Infosa mengajukan cara promosi menggunakan pihak ketiga atau *third party endorser*. Tujuannya adalah, agar pesannya dapat tersebar luas. Caranya adalah dengan menggunakan artis atau penyanyi, yang dekat dengan *image* berjiwa muda dan disenangi oleh anak muda khususnya dikalangan mahasiswa.

Oleh karena itu, penulis pada awalnya diminta untuk mengumpulkan nama sejumlah artis atau penyanyi muda dengan *followers* twitter yang banyak. Kemudian nama-nama tersebut diberikan kepada panitia, dan panitia akan memilih siapa yang akan dijadikan *endorser*.

Endorser tersebut memposting di twitter dengan jangka waktu yang sesuai dengan perjanjian, sesuai dengan kalimat yang penulis buat. Namun dalam proses kerjanya, penulis tidak membuat kalimat tersebut sendirian, melainkan ditambah juga dengan hasil kerja *media executive*, yaitu Anggia Ayu.

Penulis ditugaskan merangkai kata-kata untuk keperluan artis-artis tersebut memposting kalimat-kalimat di *account twitter* pribadi mereka. Kalimat tersebut haruslah sesuai dengan anak-anak muda, kata-katanya harus menarik, tidak bertele-

Naskah Twitter Artis

1. Banyak berita kecelakaan anak muda nih.yuk ikut asuransi biar lebih terproteksi.
2. Sibuk kuliah boleh,tapi jaga kesehatan.kalo sakit biaya mahal.jangan lupa asuransiin diri ya
3. Biaya kuliah mahal?ada yang mau bagi-bagi beasiswa nih
www.mizzmazzasuransi.com
4. Prepare your self to be the first mizz & mazz asuransi indonesia.
www.mizzmazzasuransi.com
5. Kata siapa asuransi untuk orang tua?justru dari muda biar tuanya santai
6. Wah,ternyata di asuransi gak cuma jadi agen.tapi banyak karir lain loh.
#insuranceday.
7. Cantik,ganteng,pinter,eksis?coba deh ikutan
www.mizzmazzasuransi.com
8. Bilang papa mama, “kalo sayang aku,asuransiin aku doong..”
9. Pngen deh jalan-jalan keluar negri..eh!ada kesempatan gratis nih!
www.mizzmazzasuransi.com
10. Hati-hati pencurian motor di kampus.biar gak apes, asuransiin dulu aah.
11. Rokok itu gak sehat.udah terlanjur?udah asuransi jiwa?
12. Aku sayang kamu,tapi lebih sayang sama diri sendiri.makanya aku ikut asuransi

tele, tetapi harus tetap menjaga kesopanan.

TABEL 3.7

TABEL NASKAH TWITTER ARTIS

1. Social Media Maintaining : Facebook & Twitter Mizz Mazz Asuransi

Saat ini media sosial telah berkembang tidak hanya sebagai wadah untuk berteman dan memperluas jaringan sosial saja. Tetapi bisa menjadi tempat berpromosi yang ampuh dan mencakup target yang luas. Mizz Mazz Asuransi Indonesia merupakan ajang pencarian duta asuransi untuk anak-anak muda, dan yang seperti kita ketahui, anak muda identik dengan keaktifannya di media sosial.

Media sosial yang terkenal dikalangan anak muda adalah *facebook* dan *twitter*. Kedua media sosial ini mempunyai karakteristik masing-masing. *Facebook* memiliki

Keunggulan berpromosi melalui gambar. Sedangkan *twitter* mempunyai keunggulan pada promosi yang lebih terarah. Karena mempunyai sistem *following* dan *follower* sehingga *target audience* nya lebih jelas.

Penulis ditugaskan untuk *memposting* kalimat-kalimat persuasif di *twitter* untuk mengajak anak-anak muda mendaftarkan diri mengikuti ajang pemilihan duta asuransi, dan *memposting* informasi-informasi yang berkaitan dengan Mizz Mazz Asuransi. Serta menjawab pertanyaan tentang *event* lewat *twitter*.

Untuk *facebook* penulis ditugaskan untuk *memposting* poster dan informasi tentang Mizz Mazz Asuransi. Selain menggunakan *account* resmi Mizz Mazz Asuransi, penulis juga menggunakan *account* pribadi untuk *posting* dan mengajak teman-teman penulis untuk ikut mendaftar sebagai peserta audisi Mizz Mazz Asuransi.

TABEL 3.8

TABEL ACCOUNT SOCIAL MEDIA MIZZ MAZZ ASURANSI

Account Twitter Mizz Mazz	Account Facebook Mizz Mazz
E: mizzmazzasuransi@gmail.com UN: @MizzMazz_InsDay (https://twitter.com/MizzMazz_InsDay)	E: mizzmazzasuransi@gmail.com UN: Mizz Mazz Asuransi (https://www.facebook.com/pages/MIZZ-MAZZ-Asuransi/462254787206498)

--	--

Promosi menggunakan *social media* sangat efektif untuk mempromosikan Mizz Mazz Asuransi karena audisi akan diadakan di tiga kota besar yaitu Jakarta, Surabaya, dan Medan. Menggunakan *social media* dapat menjangkau *audiens* di tiga kota tersebut dan mempermudah akses komunikasi kepada mahasiswa dan mahasiswi diluar kota Jakarta.

3.3.3 Tahap Produksi *Event Insurance Day* 2013

Tahap produksi *event* merupakan saat yang paling penting saat *event* berlangsung, karena akan terlihat apakah semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan atau tidak. Sukses atau tidaknya *event* akan terlihat saat *event* berlangsung.

Tema *insurance day* yang jatuh pada tanggal 18 Oktober ini adalah pemilihan duta asuransi yang terdiri dari kaum muda yang dipilih melalui ajang pemilihan Mizz Mazz Asuransi Indonesia. Pelaksanaan *event* malam final Mizz Mazz Asuransi berada ditanggal 14 November 2013 di TVRI. Pelaksanaan *event* dimulai dengan audisi peserta Jakarta, Surabaya dan Medan. Dari sekian banyak peserta yang mendaftar, terpilih 11 Mizz atau finalis perempuan dan Mazz atau finalis laki-laki yang berasal dari Jakarta, Medan, dan Surabaya.

Berikut tahapan-tahapan peserta untuk mencapai *grand final* untuk memenangkan Mizz Mazz Asuransi Indonesia :

1. **Kedatangan Peserta Surabaya dan Medan**, sebelum malam final Mizz Mazz Asuransi Indonesia, peserta Jakarta, Surabaya dan Medan menjalani karantina selama tiga hari dari tanggal 12 November sampai 14 November 2013. Tanggal 12 November, finalis dari Surabaya dan Medan tiba di Jakarta. Kemudian dijemput oleh *driver* dan langsung menuju ke apartemen Somerset Berlian di Permata Hijau. Finalis dari jakarta juga diminta untuk berkumpul ditempat yang sama.
2. **12 November – Karantina Hari Pertama**. Hari pertama karantina memiliki agenda *fitting* baju dan pembekalan kepribadian finalis. Penulis dan Anggia Ayu membawa peserta ke mall Senayan City. Setelah itu penulis dan finalis lain menuju ke salah satu restoran di Senopati untuk mengikuti pembekalan bersama psikolog. Dalam pembekalan itu peserta diajari beberapa hal untuk menjadi *public speaker* yang baik. Karena siapapun yang terpilih menjadi duta asuransi, harus menjadi representasi yang baik dari perindustrian asuransi. Berikut detil dari apa yang didapat oleh peserta Mizz Mazz Asuransi Indonesia :

- a. Kepribadian. Dalam pembekalan tentang kepribadian peserta diajarkan tentang sikap dalam menghadapi *audiens*, menonjolkan kepribadian yang ramah, baik, dan hangat agar pesan-pesan komunikasi sebagai *spokesperson* bisa efektif dan diterima baik oleh publiknya. Kepribadian yang ditekankan kepada para finalis adalah percaya diri yang tinggi dan menarik. Kepribadian menarik juga bisa didapatkan apabila seseorang mudah bergaul, *easy going*, dan berwawasan luas.
- b. Cara berjalan, berpakaian, dan duduk. Pemenang Mizz Mazz Asuransi nantinya akan menjadi duta dan sorotan. Jadi sangat penting bagi finalis untuk dapat berpakaian dengan sesuai, dan memiliki cara berjalan sampai duduk yang anggun. Cara berjalan digunakan saat di panggung, atau di hadapan media. Begitu juga cara berdiri dan duduk. Finalis diajarkan untuk berpakaian sesuai dengan acara yang dihadapinya.
- c. Melatih Cara Berkomunikasi. Menjadi juru bicara atau *spokesperson* yang baik, pastinya harus memperhatikan segala hal dari dirinya. Mulai dari tutur kata, penampilan, hingga cara berjalan. Cara berkomunikasi sangat penting untuk diajarkan karena jika menjadi duta asuransi, harus memiliki cara berkomunikasi yang tepat agar pesan tersampaikan dengan baik dan memperhatikan penggunaan tutur kata dan kesopanan saat bicara.

3. **13 November 2013 – Karantina Hari Kedua.** Karantina hari kedua dimulai pukul 10 pagi. Para finalis dan penulis kembali menuju sebuah Mall untuk melakukan *fitting wardrobe* peserta. Karena di tempat sebelumnya baju-baju yang digunakan peserta tidak disetujui oleh panitia. Setelah itu penulis dan para finalis menuju kantor Dewan Asuransi Indonesia yang ada di wilayah kuningan untuk makan siang dan pembekalan tentang asuransi. Didalam ruangan tersebut terdapat panitia sekaligus juri untuk malam final nanti.

Para peserta diberi pengetahuan tentang pentingnya asuransi, pengertian asuransi, dan juga *sharing session* tentang lapangan pekerjaan di industri asuransi. Disinipun tanpa para finalis ketahui, penilaian sudah dimulai. Yang dinilai adalah pengetahuan tentang asuransi, kepribadian masing-masing peserta, dan rasa ingin tahu peserta terhadap dunia asuransi, juga visi misi mereka mengikuti ajang Mizz Mazz Asuransi Indonesia.

Malam harinya peserta diberi waktu istirahat sebentar, kemudian dilanjutkan dengan latihan koreografi dari pukul 20.00 sampai dengan pukul 22.30. setelah itu para peserta, *owner* Saka Infosa, dan panitia Saka Infosa termasuk penulis mengadakan doa bersama untuk kesuksesan *event* keesokan harinya.

Puncak *Event Insurance Day 2013* merupakan tahap produksi *event* yang sebenarnya. Keempat persiapan diatas juga merupakan tahap produksi, namun malam final diadakan di tanggal 14 November jam 7 malam di TVRI. Terdapat empat tahap produksi *event* yang penulis jalani :

- a. *Technical Meeting* dengan seluruh pengisi acara.
- b. *Technical Meeting* dengan seluruh tim *event organizer*
- c. Gladi resik peserta dan pengisi acara.
- d. Produksi *event* sesuai dengan *rundown*.

Sebelum malam final berlangsung, para suporter peserta sudah memenuhi depan studio auditorium TVRI. Para suporter dan undangan VIP dipersilahkan untuk menikmati hidangan yang telah disediakan. Pukul 19.00, suporter dan tamu undangan lainnya dipersilahkan masuk ke studio.

Para peserta diminta untuk bersiap-siap di *backstage* atau belakang panggung. Para juri juga dipersilahkan menempati tempatnya tepat didepan panggung. Penulis membantu panitia Saka Infosa di *backstage* dan melihat jalannya acara dan persiapan sebelum naik panggung. Penulis diberikan *rundown* untuk mengetahui alur acara malam final tersebut.

Semua panitia acara saling bekerjasama untuk mensukseskan *event* tersebut. Dari malam final itu terpilih tiga pasang Mizz Mazz Asuransi, dengan juara satu mendapat hadiah beasiswa sebesar 25 juta rupiah, dan jalan-jalan keluar negeri bersama para agen asuransi berprestasi.

Juara kedua mendapat hadiah 10 juta rupiah, sedangkan juara tiga mendapat uang sebesar 5 juta rupiah. Ketiga pasang Mizz Mazz Asuransi tersebut dinobatkan menjadi duta asuransi muda Indonesia dengan berbagai macam tanggung jawab dan tugas. Salah satunya adalah untuk meraih *awareness* masyarakat terutama anak-anak muda akan pentingnya asuransi. Dan bagi peserta yang tidak menang mendapatkan uang saku masing-masing satu juta rupiah dan sertifikat. Ketiga pasang Mizz Mazz juga mendapat piala dan sertifikat.

3.3.4 Tahap Pasca Produksi *Event Insurance Day 2013*

Setelah *event* selesai, penulis mengikuti evaluasi *event* bersama pemilik Saka Infosa dan tim *event* lainnya. Tahapan ini merupakan tahapan serius untuk dilalui karena dengan evaluasi dapat dilihat apa saja yang kurang dan harus ditingkatkan dalam *event* berikutnya.

Tahap evaluasi ini akan dilakukan penilaian semua aspek yang telah dilaksanakan selama kegiatan berlangsung. Evaluasi tersebut berhasilkan suksesnya *event* yang diselenggarakan pada malam itu. Tetapi ada juga hal-hal yang harus diperbaiki seperti keterlambatan waktu memulai *event* dan kesiapan peserta dalam menjawab pertanyaan, yang tentunya evaluasi tersebut sebagai pembelajaran Saka Infosa lebih baik lagi dalam menjalani tugasnya sebagai *event organizer*.

3.3.5 Lain-Lain

Diluar pekerjaan menulis dalam membantu pembuatan *event* oleh Saka Infosa, terdapat pekerjaan lain penulis selama melakukan praktek kerja magang. Tugas tersebut penulis lakukan secara rutin hampir setiap minggunya diluar dari pekerjaan penulis membantu menangani *event Insurance Day*.

a. Meeting dengan Klien : Bukopin News

Meeting dengan klien menjalankan salah satu fungsi *public relations* yaitu *consumer relations* yang bertujuan membangun komunikasi dalam rangka menyatukan visi agar tujuan program komunikasinya sesuai dengan harapan klien. Dalam hal ini, Bank Bukopin merupakan klien Saka Infosa.

Bukopin News adalah sebuah media komunikasi berupa program televisi yang dibuat oleh Bank Bukopin dalam rangka memberikan informasi unik dan menarik terhadap masyarakat tentang berbagai hal untuk membangun citra Bank Bukopin sebagai sebuah bank nasional untuk seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Meeting atau rapat yang diikuti penulis untuk membahas Bukopin News pada awalnya dilaksanakan seminggu dua kali, namun karena dirasa kurang efektif, *preview* yang diberikan kepada Saka Infosa selaku konsultan dari Bukopin News diberikan melalui CD. Jam *meeting* pun dikurangi menjadi satu kali dalam seminggu.

Bukopin bekerja sama dengan Metro Tv, sebagai tim produksi daripada Bukopin News, lalu menunjuk Saka Infosa sebagai konsultan untuk menilai apakah hasil produksi layak tayang atau tidak. Jadi yang penulis lakukan saat mengikut rapat pertama adalah memperhatikan apa saja yang perlu di revisi, menyesuaikan dengan kemauan klien, dan mendengarkan berbagai arahan dari *Account Manager*.

Rapat dengan pihak klien dan Metro Tv lebih kepada *brainstorming* tentang konten untuk produksi selanjutnya. Sekaligus untuk menonton hasil dari tim Metro Tv dan berdiskusi

tentang apa saja yang kurang dan memberitahu kesalahan. Kemudian tim Metro Tv akan mencatat, memperbaiki, dan akan dikirim kembali kepada Saka Infosa untuk revisi, dan ditentukan mana yang layak tayang dan mana yang tidak.

b. Merencanakan Konten dan Revisi Bukopin News

Bukopin News merupakan program televisi lima menit Bank Bukopin berisikan informasi unik dan menarik. Bukopin News ditayangkan di Metro Tv jam 18.55 sampai dengan 19.00. Menurut Scott M. Cutlipp, dalam bukunya “*Effective Public Relations*” mengatakan bahwa terdapat sepuluh kategori pekerjaan seorang *public relations*. Termasuk didalamnya adalah menulis dan mengedit.

Selain itu menurut Fraser (2007: 11), salah satu fungsi *public relations* adalah *writing*. Yaitu kemampuan untuk menulis yang memang diperlukan seorang *public relations*. Sebagai contoh untuk *press release*, pidato, *script slide show*, brosur, artikel publikasi, dan lainnya.

Merencanakan konten Bukopin News penulis lakukan dibawah bimbingan *Account Manager*. Penulis diminta untuk mencari topik, membuat *script*, dan membuat perencanaan visualisasinya. Setelah disetujui oleh *Account Manager*, penulis mengirimkan perencanaan konten tersebut kepada pihak Metro Tv dan klien. Untuk didiskusikan kembali saat rapat berlangsung.

Penulis mendapat kesempatan menulis dua *script* dan beberapa tema untuk keperluan produksi Bukopin News. Dibawah ini salah satu tema yang penulis buat :

TABEL 3.8

TABEL TEMA DAN SCRIPT BUKOPIN NEWS

Tema	Topik & Angle	Judul alternative :	Narasumber
Be Healthy	1. Terkadang orang-orang memiliki rasa cemas yang berlebihan .	Berhenti berfikiran negatif	Dra. Shinto – Psikolog RS. Premiere Bintaro, Punya sertifikat melakukan terapi anxiety.
	2. Stress dan cemas berlebihan merupakan penyakit pikiran..	Pengaruh Pikiran Bagi Kesehatan	
	3. Nama penyakitnya : Anxiety Disorder.		
	4. Ciri-ciri orang Axiety.		
	5. Efek rasa cemas pada tubuh dan kegiatan sehari-hari.		
	6. Cara menghilangkan Anxiety		
No	Item	Script	Video

1	Opening Host	<p>HALO APAKABAR PEMIRSA / SEMOGA ANDA SEHAT DAN BAHAGIA SELALU // BERBICARA TENTANG KEBAHAGIAAN / ADA ORANG-ORANG YANG MENJALANI HARINYA DENGAN PENUH TEKANAN // ENTAH ITU KARENA PEKERJAAN / KEHIDUPAN SOSIAL / DAN MASIH BANYAK LAGI//</p> <p>ANDA PASTI PERNAH MENDENGAR PEPATAH “SESUATU YANG BERLEBIHAN ITU TIDAK BAIK” BUKAN?// PERASAAN CEMAS DAN KHAWATIR KARENA TEKANAN PIKIRAN MEMANG LAZIM DIRASAKAN SETIAP INDIVIDU// TETAPI JIKA PERASAAN NEGATIF TERSEBUT TERLALU BERLEBIHAN/ AKAN BERAKIBAT BURUK BAGI KESEHATAN KITA // APAKAH KECEMASAN ITU?/DAN APASAJAKAH TANDA-TANDANYA?// BE HEALTHY / WITH BANK BUKOPIN //</p>	
2	Paket 1	<p>KECEMASAN PADA INDIVIDU / KERAP MUNCUL DALAM SITUASI TERTENTU // SEBAGAI CONTOH / ANAK-ANAK SEKOLAH YANG MENUNGGU HASIL KELULUSAN / MENCoba SESUATU YANG EKSTREM/ MENUNGGU HARI PERNIKAHAN /ATAUPUN TRAUMA PADA MASA LALU // LAMA KELAMAAN/ KECEMASAN YANG TIMBUL DALAM JANGKA WAKTU LAMA/AKAN BERUBAH MENJADI GANGGUAN KECEMASAN //</p> <p>GANGGUAN KECEMASAN / ATAU YANG DISEBUT JUGA ANXIETY DISORDER / ADALAH SUATU</p>	<p>Video orang gelisah, ketakutan.</p> <p>Untuk contoh : Anak sekolah menunggu hasil kelulusan –Video anak smp / sma menunggu pengumuman.</p> <p>Sesuatu ekstrem – video bungee jumping</p> <p>Trauma masa lalu – Video inget</p>

		<p>PERASAAN YANG TIDAK TENANG / CEMAS / TAKUT / DAN DAPAT BERSIFAT RINGAN SAMPAI PARAH//</p> <p>TANDA- TANDA PENDERITA ANXIETY ATAU KECEMASAN ADALAH / ADANYA RASA TEGANG / WAS-WAS / DAN KERESAHAN YANG TIDAK MENENTU // MUDAH TERSINGGUNG/ MINDER/ MERASA TIDAK MAMPU // SULIT BERKOMUNIKASI DAN TAKUT MENGAMBIL KEPUTUSAN // SERING BERDEBAR-DEBAR DAN TIBA-TIBA MERASA CEMAS TANPA ALASAN YANG JELAS // BAHKAN PADA TINGKAT YANG SUDAH PARAH / DAPAT MENYEBABKAN SULIT BERNAPAS / BERKERINGAT / BAHKAN PINGSAN//</p>	<p>kecelakaan dsb.</p> <p>Hari pernikahan – Calon pasangan grogi mau nikah.</p> <p>Video anxiety disorder referensinya ada di link dibawah.</p> <p>Tanda-tanda penderita : video orang grogi, gelisah , pingsan , tangan berkeringat.</p>
3	Bridging Host	<p>GANGGUAN KECEMASAN ATAU ANXIETY DISORDER / TENTUNYA MENJADI MIMPI BURUK BAGI ORANG-ORANG YANG MENGALAMINYA // DENGAN MENGENALI GEJALANYA / DAN TAHU BAGAIMANA MENGATASINYA AKAN MEMPERKECIL KEMUNGKINAN ANDA MENDERITA PENYAKIT TERSEBUT // BERIKUT INFORMASI LEBIH LANJUT MENGENAI ANXIETY DISORDER //</p>	
4	Paket 2 - wawancara	<p>ADAKAH PENGARUH ANXIETY BAGI KESEHATAN ?</p> <p>APAKAH GANGGUAN TERSEBUT DAPAT DIHILANGKAN ?</p> <p>BAGAIMANA CARA MENGATASINYA ?</p> <p>DIBUTUHKAN WAKTU BERAPA LAMA UNTUK TERAPINYA ?</p> <p>APAKAH ADA CARA/TIPS UNTUK MENGURANGI RASA CEMAS YANG</p>	<p>Tips-tips anxiety ada di video referensi.</p>

		INSTANT, MISALNYA BAGI PENDERITA TAKUT KETINGGIAN, BAGAIMANA MENGATASINYA KETIKA HARUS NAIK PESAWAT MISALNYA..	
5	Closing Host	YA PEMIRSA // SEMOGA INFORMASI YANG KAMI BERIKAN SEPUTAR ANXIETY DISORDER DAPAT BERMANFAAT BAGI ANDA // MULAI DARI SEKARANG / HILANGKANLAH PIKIRAN DAN PERASAAN NEGATIF DAN SELALU BERPIKIR POSITIF // KARENA AKAN BAIK BAGI KESEHATAN PIKIRAN DAN JASMANI ANDA // BE HEALTHY / WITH BANK BUKOPIN //	

Pihak Saka Infosa sebagai konsultan, menerima materi Bukopin News setiap minggunya. Baik berupa CD maupun saat rapat berlangsung. Penulis diberi kepercayaan untuk merevisi setiap materi Bukopin News agar layak ditayangkan di televisi. Setiap merevisi materi, terdapat poin-poin yang harus diperhatikan. Seperti kesesuaian *script* dengan video, ketepatan penulisan judul, dan juga cara menulis judul maupun sub judul.

Penulis juga diminta untuk memperhatikan *detail* seperti kualitas video, kesesuaian konten dengan judul atau topik, teknik mengambil gambar apakah bagus dilihat atau tidak, dan menentukan video materi mana yang sudah siap ditayangkan. Setelah selesai merevisi, hasilnya penulis berikan ke *Account Manager*, kemudian mengirimkan kepada pihak Metro Tv dan klien yaitu Bank Bukopin sendiri. Contoh hasil revisi penulis :

Revisi Bnews Eps. Tips Persiapan Masuk Sekolah

1. 1 : 06 Melakukan hal-hal yang kita inginkan selama masa sekolah karena jadwal padat – video diganti dengan anak-anak main di waterbom / beraktivitas liburan. Jangan monoton hanya di video Gajah saja.
2. 1 : 39 Sepatu baru – video disesuaikan dengan narasi. Narasinya sepatu, videonya tas.
3. 1 : 41 Split screen jangan tiba-tiba mengecil.
4. Judul pertanyaan : Peralatan tulis yang dibeli menjelang sekolah diganti --
 - Alat tulis yang dicari menjelang masuk sekolah .
 - Kebutuhan alat tulis untuk sekolah.
5. 2 : 39 Typo : Pensiapan – Persiapan
6. Persiapan menjelang di tahun ajaran sekolah. GANTI – Persiapan tahun ajaran baru
7. 2 : 55 Narasi seragam, sepatu, tas – video sesuaikan dengan narasi.
8. Kembalikan lagi video wawancara dalam split screen
9. Split screen jangan terlalu lama, ada batasannya. Kalau terlalu lama jadi boring.
10. Pertanyaan : Bagaimana menyiasati membeli peralatan sekolah untuk anak – HILANGKAN. Langsung lanjut ke video berikutnya.
11. 3 : 34 Split screen jangan jadi kecil-kecil.
12. 3 : 52 Sampul buku – shooting ibu-ibu sama anaknya lagi sampul buku. Atau ibu-ibu/ anaknya sendiri juga boleh. Jangan ambil dari youtube video orang sampul buku setebel kamus.
13. Waktu jelasin sampul buku videonya di split ya...biar ga boring.

Revisi Bnews Eps. Pendidikan agama sejak usia dini

1. Di awal boleh sedikit-sedikit full screen , lalu tambahkan split screen agar tidak monoton.
2. 1 : 15 Anak-anak dicontohkan kebiasaan baik sejak kecil – video diganti dengan orang tua interaksi dengan anaknya , diajarin ngomong / salaman pake tangan kanan. Anything.
3. 1 : 50 Perguruan tinggi – cari video kampus yang lebih real jangan hanya duduk-duduk di perpustakaan.
4. 1 : 53 TPA – kasih liat TPA nya, gedungnya, tulisannya, perbanyak transisi video
5. 1 : 56 Masjid-masjid – kasih video masjid.
6. 1 : 58 Pondok pesantren – kasih video suasana pesantren dari pesantren yang lain.
7. Judul : TUJUAN PENDIDIKAN **diganti dengan Jenis kegiatan pendidikan keagamaan.**
8. Judul 2 **SISTEM PENGAJARAN** dihilangkan.