BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan kerja magang ini saya ditempatkan pada divisi *marketing communication female media* Grid Network, serta dibimbing oleh Tiara Tri Hapsari selaku *group head of female media marketing communication*. Beberapa tugas yang dilakukan untuk mengetahui aktivitas *public relations* melalui divisi *marketing communication* ini adalah mengembangkan dan meningkatkan strategi komunikasi yang efektif untuk menjalin hubungan yang baik dengan para *stakeholders*.

Kemudian dilengkapi dengan mengembangkan suatu program *online* dan *offline* untuk memenuhi tujuan *brand* klien yang akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Mengkoordinasikan beberapa *brand* yang bekerjasama untuk memperoleh tujuan dengan bantuan media. Setiap prakteknya, pembimbing lapangan memberikan beberapa kesempatan untuk turun langsung berkoordinasi dengan para klien sesuai dengan cara-cara yang sudah terlebih dulu dijelaskan. Saat melaksanakan kerja magang, saya sudah dipercaya untuk menggunakan media sesuai dengan laporan singkat yang diberikan oleh tim s*ales* kepada tim *marketing communication*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas atau pekerjaan yang diberikan selama melaksanakan kerja magang, sangat beragam dan disesuaikan dengan kemampuan saya. Berbagai macam tugas-tugas yang diberikan meliputi, membuat *caption* pada media sosial Nova dan Sajiansedap, mengikuti beberapa *media visit* promosi film dan produk, membuat surat perjanjian kerjasama (SPK) untuk klien dan media, mengunggah materi promo film dan acara di media sosial Nova, Cewekbanget, dan Grid.id, membuat dan menyusun konten *digital activity* dengan menggunakan satu artikel dan dua infografis yang ada di situs cewekbanget, mengkoordinasikan *media partner* dengan Market museum

untuk Nova, Sajiansedap, cewekbanget, dan kitchenesia, membuat strategi promosi untuk klien yang ingin mendapatkan exposure dari media, mengikuti *event* dari Nova dan Grid.id yaitu *community meet up with fortuner* sebanyak tiga kali , membuat proposal untuk biore dan *teen module*, merekapitulasi *social media performance* di instagram, merancang ide untuk meningkatkan *pageviews* pada sebuah *involve* dan menjalankannya. Adapun tabel tugas yang dikerjakan adalah di bawah ini:

Tabel 3. 1 Tugas yang dikerjakan

No.	Tugas Yang dikerjakan	Minggu ke-														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.	***Media Relations*** - Melakukan kerjasama dengan *production house* yang ingin mempromosikan film															
	- Melakukan kerjasama dengan sebuah acara yaitu Market Museum															
	- Menaikkan promo film dan acara															
	- Mengkoordinasikan kerjasama film Ainun 3 dan Imperfect terkait media visit ke salah satu media Grid Network															
2.	***Public Relations Writing*** - Membuat *caption* untuk promosi di Facebook, Twitter, dan Instagram															
	- Membuat proposal acara															
	- Membuat SPK Acara dan Film															

3.	***Social Media Management*** - Memonitoring dan merekapitulasi *pageviews* beberapa media															
	- Menyusun sebuah konten dalam bentuk *digital activity*															
	- Membuat strategi promosi berbentuk *photo competition* untuk klien															
4.	***Event Planning*** - Membuat *manual book* acara															
	- Melakukan *branding* media saat acara															
	- Membuat report acara															
	- Menyusun *talking points* narasumber															
	- Mencari *venue* dan *merchandise*															

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama berlangsungnya pelaksanaan kerja magang ini, berbagai macam aktivitas yang termasuk dalam *public relations* sudah dikerjakan, mulai dari *media relations, public relations writing, social media management,* dan *event planning.* Adapun tugas-tugas yang diberikan yaitu dari berbagai media digital yang terdapat dalam *Female Media* Grid Network, seperti Nova.id, Cewekbanget.id, Grid.id, Stylo.id, Sajiansedap.id, Nakita.id, dan Sedap.id. Keanekaragaman media-media ini digabungkan ke dalam *Female Media* yang mempunyai target audiens para wanita.

Sebuah media yang merupakan perusahaan, produk, jasa, dan *brand* yang membutuhkan *public relations* dalam fungsinya juga harus membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan sesama media, maupun dengan organisasi atau klien. Dalam membangun *media relations,* yang banyak diperlukan oleh sebuah perusahaan dapat dilakukan oleh seorang praktisi PR. Menurut Swan (2014: 126) melalui *media* relations, digambarkan sebagai hubungan antara praktisi dengan editor dan reporter media massa yang berfungsi sebagai saluran komunikasi langsung kepada *stakeholders*. Beberapa hal yang termasuk dalam *media relations* adalah konferensi pers, *press gathering* sampai *media visit.* Tugas yang diberikan dalam *media relations* ini adalah melakukan kerjasama dengan beberapa *production house* yang ingin bekerjasama dengan beberapa *Female Media* untuk mempromosikan filmya, seperti dari Falcon Entertaiment yang ingin mempromosikan film terbarunya di Grid network dengan melakukan *media visit*.

Adapun kerjasama ini ditandatangani melalui surat perjanjian kerjasama yang dianggap sah oleh kedua belah pihak. Beberapa hak dan kewajiban klien dan media juga tertulis di dalamnya. Pada kerjasama ini, banyak *production house* yang ingin berkunjung ke beberapa *Female Media* seperti Nova, Cewekbanget, dan Grid.id dalam bentuk *media visit* yang akan menyapa dan mempromosikan film kepada para audiens. Berikut beberapa *media visit* yang sudah pernah dikerjakan yaitu untuk film Warkop DKI Reborn, SIN, Ratu Ilmu Hitam, Lampor, dan Danur 3. *Media visit* dilakukan

berupa kunjungan para artis beserta sutradara ke media untuk melakukan promosi dalam bentuk *video* singkat yang akan ditayangkan di Youtube media-media yang sudah disepakati bersama. Aktivitas yang dikerjakan pada saat *media visit* adalah mengkomunikasikan dengan para reporter media mengenai konten apa saja yang akan dibahas, *games* apa yang akan dimainkan untuk mewarnai konten promosi yang terkesan berat. Serta menyapa dan memastikan para artis dan rombongan yang hadir untuk syuting merasa nyaman, agar dapat membangun hubungan yang baik dengan para artis sekaligus *production house* (klien).

Gambar 3. 1 Media visist film Danur 3 & SIN

Sumber: dokumentasi penulis

Pada gambar diatas terlihat rekan-rekan artis dari film SIN datang melakukan kunjungan ke Nova untuk mempromosikan filmnya. Begitu juga dengan rekan -rekan artis dari film Danur 3 yang mengunjungi Nova mempromosikan filmnya.

Public relations dalam melakukan *media relations* juga merupakan bagian dari *marketing mix* untuk meluncurkan sebuah produk atau jasa (Swann 2014: 27). Pada pelaksanaan kerjasama dengan *production house* atau acara yang mendukung keuntungan kedua belah pihak, seperti sebagai *female media* di Grid Network memberikan *postingan* poster film atau acara di sosial media dan artikel promosi kepada klien. Begitu juga berlaku sebaiknya klien yang memberikan keuntungan untuk *Female Media*.

Selain mengerjakan *media relations*, yaitu membuat sebuah tulisan (*caption*) untuk mempromosikan berbagai produk pada media, seperti menuliskan sebuah *caption* untuk mempromosikan tabloid Nova yang rilis seminggu sekali dan tabloid Sedap yang rilis setiap dua minggu sekali. Beberapa penulisan ini disesuaikan dengan audiens masing-masing media, seperti membedakan sapaan dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan kedua media tersebut.

Gambar 3. 2 Unggahan tulisan di Nova

Sumber: Facebook Nova

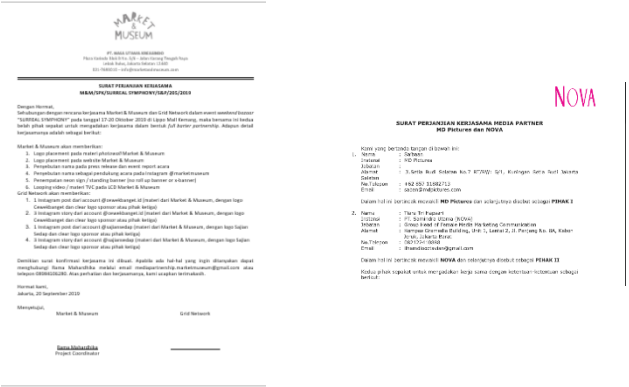
Gambar 3. 3 Unggahan tulisan di Sedap

Sumber: Instagram Sedap

Pada gambar di atas menunjukkan penulisan *caption* yang menggambarkan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens dimasing-masing media yang berbeda sesuai dengan segmentasinya.

Membuat *caption* promosi untuk memasarkan tabloid di kedua media, juga akan diunggah di sosial media masing-masing seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Selain membuat *caption,* untuk melangsungkan sebuah kerjasama juga dibutuhkan sebuah surat yang dinamakan dengan SPK yaitu Surat Perjanjian Kerjasama yang akan ditandatangani oleh klien dan media. Penulisan SPK ini, harus didasarkan dengan kepentingan yang diinginkan oleh klien dan keuntungan yang didapatkan media. Prakteknya, penulisan ini harus sesuai dengan hak dan kewajiban yang sudah disepakati bersama, sehingga dapat tertulis dengan baik maksud dari perjanjian kerjasamanya. Adapun SPK yang sudah dibuat selama kerja magang adalah SPK dengan Market Museum yaitu suatu acara bazaar dengan beberapa media dari *female media* Grid Network, SPK dengan *production house* atas film Habibie Ainun 3 dan Imperfect.

Gambar 3. 4 SPK Market Museum & Film


MARKET & MUSEUM

SURAT PERJANJIAN KERJASAMA
MBM/SPK/SURREAL SYMPHONY/10/2015

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan rencana kerjasama Market & Museum dan Grid Network dalam event weekend bazaar "SURREAL SYMPHONY" pada tanggal 17-20 Oktober 2015 di Lippo Mall Kemang, maka bersama ini kedua belah pihak sepakat untuk mengadakan kerjasama dalam bentuk full barter partnership. Adapun detail kerjasamanya adalah sebagai berikut:

Market & Museum akan memberikan:
1. Logo placement pada materi photowall Market & Museum
2. Logo placement pada website Market & Museum
3. Pemberitahuan kepada pengunjung melalui sound report acara
4. Pengadaan nama sebagai pendukung acara pada instagram @marketmuseum
5. Penempatan neon sign / standing banner (no roll up banner or x-banner)
6. Looping video / materi TVC pada LCD Market & Museum

Grid Network akan memberikan:
1. 1 Instagram post dari account @cewekbanget.id (materi dari Market & Museum, dengan logo Cewekbanget dan clear logo sponsor atau pihak ketiga)
2. 3 Instagram story dari account @cewekbanget.id (materi dari Market & Museum, dengan logo Cewekbanget dan clear logo sponsor atau pihak ketiga)
3. 1 Instagram post dari account @sajiancendap (materi dari Market & Museum, dengan logo Sajian Sendap dan clear logo sponsor atau pihak ketiga)
4. 3 Instagram story dari account @sajiancendap (materi dari Market & Museum, dengan logo Sajian Sendap dan clear logo sponsor atau pihak ketiga)

Demikian surat konfirmasi kerjasama ini dibuat. Apabila ada hal-hal yang ingin disampaikan dapat menghubungi Rama Mahardika melalui email mediapartnership.marketmuseum@gmail.com atau telepon 08986028280. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Jakarta, 20 September 2015

Menyetujui,

Market & Museum | Grid Network

Rama Mahardika
Project Coordinator

NOVA

SURAT PERJANJIAN KERJASAMA MEDIA PARTNER
MD Pictures dan NOVA

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Farhan
   Jabatan : MD Pictures
   Instansi : -
   Alamat : 3, Setia Budi Selatan No.7 RT/RW: 5/1, Kuningan Setia Budi Jakarta Selatan
   Telefon : +62 857 31582712
   Email : adam@md-tv.com

   Dalam hal ini bertindak mewakili **MD Pictures** dan selanjutnya disebut sebagai **PIHAK I**

2. Nama : Tiara Tri Fajriani
   Jabatan : PT. Sarindo Utama (NOVA)
   Instansi : Group head of Design Media Marketing Communication
   Alamat : Hamasa Gramedia Building, Unit 1, Lantai 2, Jl. Panjang No. 8A, Kebon Jeruk, Jakarta Barat
   No.Telepon : 0857-0344-8868
   Email : thandaozreden@gmail.com

   Dalam hal ini bertindak mewakili **NOVA** dan selanjutnya disebut sebagai **PIHAK II**

Kedua pihak sepakat untuk mengadakan kerja sama dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

Sumber: dokumentasi penulis

Selain membuat *caption,* surat perjanjian kerjasama, juga membuat proposal acara yang sudah di *brief* oleh klien kepada tim *marketing communication*. Kesempatan dalam mengerjakan proposal ini ditujukan untuk *Female Media* yaitu media digital Cewekbanget.id yang ingin mengedukasi para audiens nya terkait pentingnya mengetahui minat dan bakat sedari dini. Pembuatan proposal ini dikerjakan selama kurang lebih dua minggu, karena proses yang cukup panjang disesuaikan dengan keinginan klien. Serta dalam penulisan proposal ini, harus mengetahui kegiatan apa

saja yang akan memberikan efek positif bagi audiens Cewekbanget untuk mengerti pesan apa yang akan dikomunikasi dalam sebuah acara itu. Proposal acara yang telat dibuat yaitu Teen Module by Cewekbanget.id.

Gambar 3. 5 Proposal teen module

Sumber: dokumentasi penulis

Segala kegiatan yang dilakukan seperti membuat *caption*, surat perjanjian kerjasama, dan proposal ini, termasuk dalam pengaplikasian *public relations writing*. Menururt Dimarco (2017: 22) *public relations writin* adalah keterampilan dalam menulis siaran pers, lembar fakta, surat penawaran, surat kerjasama, dan tulisan-tulisan yang dikemas secara informatif. *Public relations writing* biasnya berkaitan dengan konferensi pers, *media relations*, siaran pers, dan media promosi. Kajian ini sebenarnya berada di ranah *public relations*, namun dapat juga dilakukan oleh divisi komunikasi lainnya di dalam perusahaan seperti *marketing communication* yang mengolah naskah-naskah yang baik untuk organisasi atau perusahaan.

Setelah melakukan pekerjaan seperti *media relations* dan *public relations writing*, juga diberikan kesempatan untuk menelusuri serta mengatur konten apa saja yang terdapat pada sosial media seperti Facebook, Instagram, dan Twitter akun-akun media digital Grid Network terutama *female media*. *Social media* management sudah menjadi sebuah isu bagi setiap perusahaan media dengan memperbaharui keahlian khusus untuk produksi digital, pemasaran dan kelompok sasaran (Friedrichsen 2013: 5). Adanya kesamaan konsep ini dengan pekerjaan yang dilakukan yaitu merekapitulasi *social media performance* para *female media* perbulan untuk mengetahui seberapa jauh

pesan diterima dan menguji konten apa yang paling banyak disukai oleh audiens. Menghitung *social media performance* dilakukan pada media Nova, Nakita, dan Cewekbanget di Instagram.

Namun, bukan hanya merekapitulasi *social media performance* saja, tetapi juga dalam menyusun konten yang akan digunakan untuk meningkatkan *pageviews* sebuah artikel dan involve pada website Cewekanget.id. Penyusunan suatu konten ini harus melihat tujuan apa yang ingin didapatkan dan bagaimana menyampaikan pesan dengan menarik, sehingga dapat menjangkau banyak audiens. Pada kerja magang ini, juga diberikan tugas untuk menyusun konten untuk satu artikel dan dua involve. Salah satu involve yang awalnya mempunyai 1050 (seribu lima puluh) *pageviews*, berhasil ditingkatkan hingga 3100 (tiga ribu 18erratus) *pageviews*. Nama dari involve ini adalah "Jadi Diri Sendiri Dalam Pacaran", yang setelah disususn kontennya menjadi sebuah *digital activity* di Instagram seperti memberikan *mini games* dan pertanyaan yang dilengkapi dengan visual yang menarik. Pelaksanaan *digital activity* ini dijalankan selama 43 (empat puluh tiga) hari, yang secara terus menerus mengunggah konten yang sudah disiapkan.

Gambar 3. 6 Bentuk digital activity cewekbanget.id

Sumber: Instagram Cewekbanget.id

Pada gambar di atas terlihat penulisan terkait satu infografis yang diangkat yaitu “Jadi diri sendiri dalam pacaran” dan penyusunan konten *digital activity* ini menjadi menarik.

Penyusunan konten *digital activity* ini harus dibuat dengan sangat baik, karena harus melihat dan mencari tahu apa saja yang disukai oleh audiens, dan melihat waktu yang tepat untuk mengunggah konten di Instagram. Hal-hal itu dilakukan agar, audiens mengetahui dengan baik informasi yang disampaikan oleh media, dan mendapatkan waktu yang tepat untuk membacanya. Prakteknya melalui Instagram Cewekbanget, saat mengunggah *mini games*, banyak para audiens yang menyukainya dan antusias untuk mengetahui informasi yang dikemas.

Penyampaian *digital activity* yang selalu sama, biasanya dapat membuat audiens menjadi bosan, oleh karena itu penting untuk menyusun konten lainnya yang bukan diunggah di sosial media lagi, tetapi di website. Saat melengkapi hal itu maka harus mencari kata-kata yang menarik sehingga mampu membuat audiens merasa penasaran dan ingin mengetahuinya, kemudian dibuatlah sebuah *banner* yang diunggah di semua media Grid Network selama satu minggu.

Mengetahui cara mengelola sosial media akan mudah dilakukan jika sudah terlebih dahulu mengetahui audiensnya, begitupun dengan menyusun konten yang ditujukan untuk klien yang ingin mempromosikan produknya di media Sajiansedap. *Social media management* memberikan kebebasan untuk membuat dan menyusun konten-konten yang sesuai dengan karakteristik media. Seperti membuat kegiata *photo competition*, *giveaway* di Instagram Sajiansedap.

Adanya kesamaan dalam *social media management* yang di dalamnya terdapat menyusun konten sosial media, menghitung jumlah *engagement* di sosial media, serta mengelola akun-akun media dengan cara menyusun beranekaragam konten yang akan dibuat untuk tetap membuat media semakin modern. Konsep dari *social media management* adalah bagaimana media sosial bisnis dapat menghasilkan sebuah nilai

(Looy 2016: 42). Selain itu menurut Looy (2016: 49), manajemen media sosial adalah pendekatan multidisiplin yang harus dimulai dengan membuat strategi untuk menciptakan nilai bisnis.

Bagian terakhir yang dikerjakan selama kerja magang adalah mengikuti *event* yang berjudul "*Community Meet Up with Fortuner"* sebanyak tiga kali. Saat menjalani *event* ini sedari awal, berperan sebagai pic registrasi dan membuat *report* acara yang akan diberikan kepada klien, sebagai bukti pelaksanaan *event*.

Gambar 3. 7 *Event* community meet up with fortuner

Sumber: dokumentasi penulis

Pada *event* yang kedua, ditunjuk menjadi *Co-Director Event Management* yang bertugas dalam membantu *Director Event* saat pelaksanaan. Berikut pekerjaan yang dikerjakan adalah membuat *manual book* acara, mencari *venue* dan *merchandise*, mencari narasumber, menjadi FOH & *timekepper*, memastikan *branding* media tetap berjalan saat acaraberlangsung. Media yang digunakan kali ini adalah Nova.id dan Grid.id. Setelah selesai acara, juga tetap membuat *report* untuk klien. Begitupun sama halnya dengan *event* ketiga acara ini.

Terlihat dalam mengikuti *event* ini, sama dengan konsep dari *event planning*, yang membuat suatu rencana dan pelaksanaan sampai akhir acara. Menurut Goldblatt (2013: 12) *event planning* adalah suatu profesi yang membuat acara yang direncanakan dan membutuhkan pertemuan publik, untuk suatu perayaan, pendidikan, pemasaran, dan

reuni. Penggunaan *event planning* sudah banyak dilakukan oleh organisasi atau perusahaan yang berada dalam bisnis.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Melakukan sebuah kerja magang adalah suatu pengalaman berharga yang tidak akan terlupakan. Banyak wawasan dan pengetahuan yang di dapatkan selama magang berlangsung, sekaligus merasakan dunia kerja yang sebenarnya. Selama kurang lebih tiga bulan merasakan dunia kerja, berikut kendala-kendala yang dirasakan selama melaksanakan kerja magang di Grid Network:

- Saat didivisi *marketing communication*, saya ingin menjalani beberapa *public relations tools* yang sudah saya pelajari, namun belum semua *public relations tools* menjadi keahlian saya
- Selama di Grid Network, pada awalnya diberikan tugas untuk menjadi *co-director* acara merasa sulit karena selama diperkuliahan membuat suatu acara dijalankan oleh satu kelas bukan satu tim yang anggotanya lebih sedikit
- Sering memberikan kegiatan yang tiba-tiba dan dirasa tidak sesuai dengan SOP yang dibelakukan sesuai dengan pedoman kerja oleh masing-masing media

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan, untuk mengatasinya seperti mempelajari dengan baik bidang yang sedikit berbeda dengan program studi yang dikuasai. Mempelajari lebih lanjut tentang *public relations tools*, sehingga akan mudah untuk mengerjakan tugas yang diberikan jika sudah mengerti konsepnya. Ketika diberikan kepercayaan untuk menjadi *co*-director pada suatu acara, walaupun merasa masih belum siap, maka mempelajari hal-hal apa saja yang harus direncanakan dan dirundingkan bersama dengan tim. Begitupun, selalu rajin bertanya kepada pembimbing lapangan dan kakak-kakak di tim, terkait kegiatan apa yang akan dilaksakan besok. Hal ini ditanyakan agar pada harinya jika ada kegiatan yang akan

mendadak, maka pribadi dapat mempersiapkannya terlebih dahulu sesuai dengan pedoman media.