



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

Pelaksanaan praktik kerja magang ini dilakukan oleh penulis di PT Delore Selaras Abadi atau yang lebih dikenal dengan nama PiAr Consulting. Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis ditempatkan di divisi *Media Analyst*. Divisi ini berperan untuk melakukan riset dan *media monitoring* yang berhubungan dengan *event* atau *project* klien. Pada awal masa praktik kerja magang, penulis dibimbing oleh Cathy Mewengkang selaku *Head of Media Analyst*, lalu digantikan oleh Citra Pulandi Utomo selaku *Head of Client Service* dan Lisma Dany Syafriuddin selaku *Media Relations*.

Pekerjaan utama yang dilakukan oleh penulis yaitu, melakukan *media monitoring* terhadap klien dan kompetitornya. Tugas ini dilakukan setiap hari oleh penulis, *media monitoring* dilakukan dengan mencari pemberitaan klien baik dari media cetak maupun media *online*. *Media monitoring* di PiAr Consulting dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu:

- a. Memantau pemberitaan mengenai klien melalui media cetak dan media *online*
- b. Membuat kliping mengenai ringkasan pemberitaan, letak artikel, dan waktu pemberitaan
- c. Mengelompokkan pemberitaan ke dalam beberapa *section*
- d. Memonitor pemberitaan mengenai kompetitor klien melalui media cetak dan media *online*
- e. Membuat kliping mengenai ringkasan pemberitaan kompetitor, letak artikel, dan waktu pemberitaan
- f. Membuat laporan mengenai *PR Value* untuk klien dan juga kompetitor.

Selain itu, pekerjaan lain yang dilakukan oleh penulis yaitu melakukan *research* dalam mencari *influencer* atau KOL. Pencarian *influencer* atau KOL ini dilakukan untuk mengisi *database*. *Database* yang berisi *influencer* atau KOL ini digunakan untuk memudahkan klien dalam menentukan siapa saja yang cocok untuk mengisi *event* klien tersebut. *Influencer* atau KOL tersebut dilibatkan sebagai *spoke person*, *guest speaker*, atau untuk menyebarkan *campaign* yang dilakukan oleh klien. Dalam melakukan pencarian *influencer* atau KOL, penulis menggunakan media sosial *instagram* dan *sociabuzz*. Beberapa *tools* seperti *influencer marketing hub* dan *phlanx* juga digunakan dalam mencari *engagement rate*, *audience interest*, dan *real people*.

Penulis juga melakukan beberapa pekerjaan yang berhubungan dengan *event*, seperti menyiapkan keperluan yang akan digunakan selama *event* berlangsung serta menyiapkan *merchandise*, produk *display*, dan perlengkapan lain yang akan dibawa ke *venue*.

Di akhir masa magang, penulis membantu divisi *Media Relations* untuk membuat *database* media dan mengirimkan *press release* kepada pihak media daerah.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Tabel Realisasi Kerja Magang

MINGGU KE	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN
1	<i>Media monitoring koran, Database Potential Client</i>
2	<i>Media monitoring koran, Database Potential Client, Riset KOL uniqlo</i>

3	<i>Media monitoring koran, Database Potential Client, Update rate card media, Riset influencer Ensure, Membantu persiapan event Uniqlo</i>
4	<i>Media monitoring koran, Follow up influencer, Membantu persiapan event Ensure</i>
5	<i>Media monitoring koran, Update database influencer (all category)</i>
6	<i>Media monitoring koran, Update database influencer (all category), Mencari vendor standing touch screen</i>
7	<i>Media monitoring online, Update database travel influencer (PPT)</i>
8	<i>Media monitoring online, Riset mikro dan makro influencer Cimory</i>
9	<i>Media monitoring online, Monthly Report Bank Danamon, Update database travel influencer (PPT)</i>
10	<i>Media monitoring online, Riset artis Cimory, Riset platform event Cimory</i>
11	<i>Media monitoring online, Update database influencer F&amp;B, Riset mikro influencer</i>
12	<i>Media monitoring online, Monthly Report Bank Danamon, Update database potential client (sports)</i>
13	<i>Media monitoring online, Update Database Media Singapore, Update database potential client (home living)</i>
14	<i>Media monitoring online, Virtual Launch Permata iB Haji, Seeding press release PermataBank, Clipping report, Media monitoring dan present IKEA</i>
15	<i>Media monitoring koran, Clipping report, Membuat hampers media.</i>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

### 3.3.1 Media Monitoring

*Media monitoring* merupakan bagian dari *media relations*, tetapi di PiAr Consulting kegiatan *media monitoring* terpisah dari divisi *media relations*. *Media monitoring* adalah proses membaca, melihat, mendengarkan, dan mencatat isi dari sebuah berita atau artikel. Kemudian dilakukan identifikasi dan analisa menggunakan kata kunci atau topik tertentu. *Media monitoring* dilakukan dengan cara pemantauan melalui media cetak, televisi, radio, ataupun media *online*. *Media monitoring* dinilai penting untuk dilakukan karena berfungsi sebagai laporan bagi pihak manajemen tentang pandangan media terhadap organisasi dan kegiatan kompetitornya (Hardiman, 2006:78).

Bentuk *media monitoring* ada tiga macam yaitu, *Media Clipping*, *Media Tracking*, dan *Media Content Analyst*.

1. *Media Clipping* adalah dokumentasi berupa artikel, naskah berita, dan iklan media massa. Bentuknya dapat berupa teks dan video.
2. *Media Tracking* adalah untuk melacak jejak opini publik atas suatu kejadian (*events*) tertentu atau isu-isu tertentu pada media massa.
3. *Media Content Analyst* adalah suatu metode untuk menganalisis isi sebuah teks. Pendekatan metode ini adalah kuantitatif, teks yang ditafsirkan dalam unit analisis yang bisa dihitung.

Pekerjaan wajib yang penulis lakukan selama kerja magang berlangsung adalah *media monitoring*. *Media monitoring* ini dilakukan dengan memantau pemberitaan klien dan kompetitornya melalui media cetak dan portal berita *online*. Dalam melakukan *media monitoring*, penulis diberikan beberapa koran nasional yang termasuk dalam kategori *tier* satu dan *tier* dua. Media *tier* satu merupakan media kredibel yang memiliki banyak pembaca seperti Kompas, Jakarta Post, Media Indonesia dan lainnya. Untuk media *tier* dua

seperti Kontan, Koran Jakarta, Warta Kota, dan lainnya. Untuk *media monitoring* koran daerah dilakukan mengikuti jadwal pengiriman koran, karena koran daerah tidak dikirim setiap hari. Untuk pemantauan berita melalui portal berita *online*, penulis menggunakan *keyword* yang sudah ditentukan. Portal berita *online* yang digunakan untuk *monitoring* di antaranya:

1. Liputan6.com
2. Antaranews.com
3. Kompas.com
4. Republika.co.id
5. Tribunnews.com
6. dsb.

Setelah melakukan pencarian dan menemukan pemberitaan mengenai klien, artikel tersebut digunting dan diukur. Lalu artikel tersebut ditempel pada kertas yang sudah berisi format untuk membuat kliping. Format kertas tersebut berisi judul artikel, nama media, waktu, rubrik, *brand mention*, dan apakah artikel tersebut dikutip oleh *spokesperson*. Untuk *media monitoring* pada berita di media *online*, penulis diberikan *database* yang berisi judul artikel, *link url*, waktu, *advertising rate*, jumlah *visitor*, dan *summary*. Dari *database* yang sudah dikumpulkan tersebut, penulis membuat kliping melalui *slide PowerPoint*. Setelah kliping selesai, penulis menyerahkan *file* tersebut kepada divisi *Media Analyst* untuk disusun sebagai *weekly* atau *monthly report* kepada klien.

Dalam melakukan pekerjaan *media monitoring* ini, penulis menjadi PIC (*Person in Charge*) untuk salah satu kompetitor dari klien PiAr Consulting, yakni PermataBank. Penulis bertugas untuk memantau pemberitaan dan membuat *monthly report* dari Bank Danamon yang menjadi kompetitor dari PermataBank. *Monthly report* tersebut berisi mengenai *highlight* dari pemberitaan Bank Danamon selama satu bulan, nama-nama media yang menulis pemberitaan tersebut, total PR AVE (*Advertising Value Equivalency*),

dan ringkasan dari pemberitaan tersebut. PR *AVE* atau yang lebih dikenal dengan PR *Value* digunakan untuk mengukur kinerja PR. Cara menghitung PR Value yaitu sebagai berikut:

1. Rumus Valuasi Media Cetak (headline):  
Ukuran artikel x Rate iklan x (8 tanpa foto / 10 dengan foto) + 10% PPn
2. Rumus Valuasi Media Cetak (halaman dalam):  
Ukuran artikel x Rate iklan x (3 tanpa foto / 5 dengan foto) + 10% PPn
3. Rumus Valuasi TV/Radio:  
Durasi x Rate iklan x 3 + 10% PPn

Untuk kompetitor PermataBank yang harus di monitor di antaranya:

1. BCA
2. Bank Mandiri
3. CIMB Niaga
4. Standard Chartered
5. Bank Danamon
6. HSBC
7. Bank Mega
8. BTPN
9. DBS
10. OCBC

Selain *monitoring* untuk kompetitor bank, penulis juga melakukan *media monitoring* terhadap klien PiAr yang lain seperti Ensure, Alodokter, dan Widya Wicara Prima. Untuk ketiga klien PiAr yang disebutkan, penulis hanya bertugas untuk memantau pemberitaan dan membuat klipring. Penulis juga membantu *monitoring* pemberitaan dari calon klien PiAr yaitu, IKEA. *Media monitoring* terhadap IKEA ini bertujuan untuk membuat strategi yang akan dilakukan oleh PiAr Consulting selama setahun kedepan. *Monitoring* IKEA ini dilakukan dengan memantau pemberitaan pada bulan Juni hingga Desember

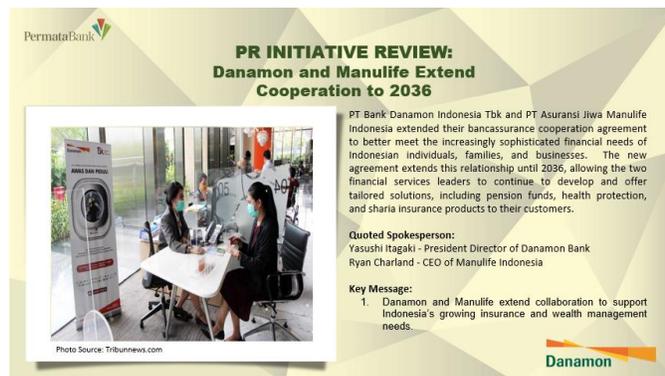
2019 di portal berita *online* dan setiap orang diminta untuk membuat *slide PowerPoint* untuk pemberitaan per bulannya yang nantinya akan dipresentasikan kepada PR *Director*.

Gambar 3.1 Potongan Artikel



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.2 Monthly Report



Sumber: PiAr Consulting

### 3.3.2 Influencer Research

Salah satu pekerjaan yang seringkali dilakukan oleh penulis yaitu, riset pencarian *influencer* dan mengisi *database influencer*. *Database influencer* ini digunakan untuk memudahkan klien dalam memilih seseorang *guest speaker* atau *spokesperson* untuk mengisi acaranya. *Database* ini dibagi menjadi 10 kategori, diantaranya:

1. *Mom & Family*,
2. *Travel*,
3. *Beauty & Fashion*,
4. *Automotive*,
5. *Tech & Gadget*,
6. *Business & Careers*,
7. *Lifestyle*,
8. *Health*,
9. *Sports*,
10. *Above 40*.

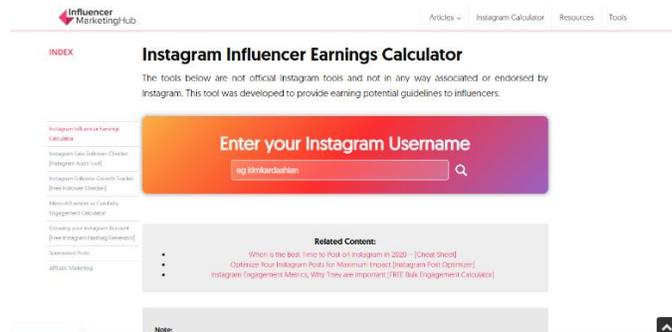
Riset pencarian *influencer* ini dilakukan melalui instagram dan sociabuzz. Untuk menentukan kategori dari setiap *influencer*, penulis menggunakan *tools* seperti *Influencer Marketing Hub* dan *Phlanx*. Kedua *tools* tersebut juga digunakan untuk mencari *engagement rate*, *audience interest*, dan *real people*. PiAr sendiri memiliki standar dalam menentukan *influencer* yakni, memiliki *engagement rate* minimal 0.7% dan *real people* 50%.

Gambar 3.3 Influencer Tools Sociabuzz



Sumber: <https://www.sociabuzz.com/>

Gambar 3.4 Influencer Tools



Sumber: <https://influencermarketinghub.com/instagram-money-calculator/>

### 3.3.3 Database Potential Client

*Database* lain yang penulis kerjakan yaitu, *potential client*. *Database potential client* ini berisi mengenai informasi perusahaan dari berbagai sektor industri beserta alamat, dan kontak perusahaan tersebut. Tugas penulis adalah mencari nama, nomor handphone dan alamat email dari orang-orang yang menjabat sebagai *corporate communication*, *marketing communication*, *purchasing*, dan *brand manager* dari perusahaan yang sudah ada di database tersebut. Nantinya informasi tersebut digunakan oleh divisi *Client Service* untuk mengirimkan proposal penawaran untuk menggunakan jasa *PR consultant* terhadap perusahaan yang dituju.

Untuk mencari nama dan kontak personal tersebut, penulis memanfaatkan *linkedin*, *website* perusahaan dan *press release* yang ada di media *online*.

### 3.3.4 Media Relations

*Media Relations* merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai

sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi (Iriantara, 2005:32). Pentingnya membina hubungan baik dengan pihak media sangat dibutuhkan untuk kelancaran publikasi.

Pada pekerjaan kali ini penulis membantu mengirimkan *press release* kepada media daerah, baik media cetak maupun media *online* untuk dipublikasikan. *Press release* tersebut disebarakan setelah kegiatan *media launching* selesai dilaksanakan.

Penulis juga membantu divisi *Media Relations* untuk melengkapi *database* media Singapura. *Database* ini berisi mengenai nama media, alamat, kontak, dan nama dari beberapa tim redaksi. Penulis melakukan konfirmasi ulang terhadap media tersebut, untuk memastikan bahwa orang yang menjabat dan media tersebut masih ada atau tidak.

### **3.3.5 Work in Progress**

*Work in Progress* atau yang lebih sering disebut WIP merupakan kegiatan wajib yang selalu dilakukan PiAr Consulting setiap hari senin. WIP merupakan kegiatan *weekly meeting* yang dilakukan oleh seluruh *staff* PiAr untuk menyampaikan *report* dan *progress* pekerjaan dari setiap divisi kepada *PR Director*. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan setiap klien yang ditangani.

Penulis juga mendapatkan kesempatan untuk mengikuti WIP, bergantian setiap minggunya dengan *intern* yang lain. Khusus *intern*, WIP dilakukan dengan menyampaikan pemberitaan yang terjadi di media massa selama satu minggu terakhir.

### **3.3.6 Pekerjaan Lainnya**

Pekerjaan lain yang dilakukan penulis yaitu membantu menyiapkan keperluan *event*, walaupun penulis tidak mengikuti *event*. Penulis membantu menyiapkan *merchandise*, produk *display*, dan perlengkapan lain yang akan dibawa ke *venue*. Selain itu, penulis juga membantu membuat *hampers* yang akan dibagikan kepada rekan media dan klien.

### **3.4 Kendala yang Ditemukan**

Kendala yang penulis alami selama praktik kerja magang yaitu, *media monitoring* koran daerah. Karena jumlah koran daerah yang sangat banyak dan pengirimannya tidak setiap hari membuat penulis dan *intern* yang lain harus menyisihkan banyak waktu untuk membaca, sedangkan penulis harus menyelesaikan pekerjaan lain. Dengan jumlah *intern* yang terbatas, *monitoring* koran daerah tidak bisa selesai dalam waktu yang singkat.

Kendala lain yang penulis alami yaitu, kesulitan menghubungi KOL untuk meminta *rate card* ketika ingin mengadakan *event*. Dari pihak KOL tidak ingin memberikan *rate card* jika belum mengetahui *brand* yang akan menggunakan jasanya. Sedangkan dari pihak PiAr melarang memberitahu nama *brand* sebelum klien menyetujui.

### **3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi dari kendala yang dihadapi oleh penulis yaitu, berkaitan dengan *media monitoring*. Dengan jumlah *intern* yang terbatas, penulis membagikan sepuluh koran untuk dibaca per harinya selama satu minggu, sehingga berita atau artikel tersebut bisa segera di kliping.

Solusi dari kendala yang kedua yaitu, penulis hanya memberitahu sektor bisnis dari klien kepada KOL. Jika pihak klien sudah menyetujui, penulis akan memberitahu nama *brand* tersebut.