



### **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**

Kedudukan penulis dalam perusahaan Magnifique 360° adalah sebagai *Junior Consultant Public Relations*. Posisi penulis berada di bawah koordinasi seluruh posisi dalam *Public Relations*, kecuali *Account Executive*. Hal ini dikarenakan tugas yang diberikan kepada penulis selama empat bulan melaksanakan kerja magang, diterima dari setiap posisi tersebut sesuai dengan situasi dan tingkat *urgency* yang sedang terjadi. Hanya saja, tanggungjawab utama penulis adalah kepada *Communication Director* Magnifique 360°.

Alasan penulis ditempatkan dalam posisi *Junior Consultant Public Relations* dikarenakan posisi tersebut menempati tangga kedua terbawah dalam hierarki tugas dan tanggungjawab yang ada di divisi *Public Relations*. Terlebih karena terhitung dari minggu pertama penulis bergabung dengan perusahaan, penulis tidak hanya ditugaskan untuk menangani *media monitoring* yang berada di posisi hierarki terendah perusahaan. Penulis langsung dilibatkan dalam pengerjaan berbagai tugas yang menjadi tanggungjawab *Junior Consultant Public Relations*. Dari mulai membuat *media list*, membantu penyusunan proposal, pembuatan *PR Docs*, menangani *Media Relations*, serta membantu eksekusi acara.

Selama proses magang ini, penulis dipercaya untuk membantu perusahaan menangani berbagai macam klien yang bergerak di berbagai macam sektor, mulai dari *lifestyle, beauty, property*, logistik, hingga sektor pemerintahan.

#### **3.2 Tugas Junior Consultant Public Relations Magnifique 360°**

Tugas yang menjadi tanggungjawab penulis sebagai *Junior Consultant Public Relations (intern)* sangat beragam dengan level kontribusi yang juga beragam. Dalam proyek tertentu, penulis dilibatkan untuk membantu membuat *Public Relations Document (PR Docs)* seperti *Master of Ceremony script (MC Script)*, *rundown, talking points, post event report*. Dalam proyek lainnya, penulis diberikan tugas untuk membuat Media Kit seperti *press release, fact sheet*, dan *frequently ask question (FAQ)*. Sementara di proyek yang berbeda, penulis

ditugaskan untuk membuat laporan *media monitoring* yang diperbaharui setiap dua minggu sekali (*bi-weekly*) atau ditugaskan untuk melakukan reservasi undangan kepada media.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis melakukan koordinasi dengan berbagai posisi di divisi *Public Relations* Magnifique 360°. Penulis dilibatkan dalam setiap proyek yang sedang ditangani oleh *Public Relations* Magnifique 360° tanpa terkecuali. Berikut adalah *timeline* tugas yang dilakukan dalam setiap proyek dengan klien yang berbeda.

**Tabel 3.1**  
**Tabel *Timeline* Tugas Per Proyek**

No	Pekerjaan	Minggu											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Public Relations Writing :												
	Public Relations Documents												
	Wording Invitation												
2	Media Relations :												
	Media List												
	Media Kit												
	Media RSVP												
3	Special Event												
4	Riset Evaluasi :												
	Post Event Report												
	Public Relations Scoring												

Berikut adalah tabel uraian realisasi kerja magang yang dilakukan dalam periode 80 hari kerja yang terbagi ke dalam 18 minggu.

**Tabel 3.2**  
**Tabel Uraian Realisasi Kerja Magang**

Minggu ke-	Aktivitas yang Dilakukan
<p style="text-align: center;">1 (1-5 Agustus 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memperbaharui <i>database</i> media <i>online</i> dan majalah.</li> <li>- Melakukan RSVP undangan untuk acara Peluncuran Album Ketiga TULUS: MONOKROM.</li> <li>- Mempersiapkan media kit untuk acara peluncuran album ketiga TULUS: MONOKROM.</li> <li>- Mempersiapkan media kit untuk acara peluncuran produk terbaru Kerastase Indonesia: Discipline Curl.</li> <li>- <i>Meeting</i> pertama dengan seluruh anggota <i>Public Relations</i> Magnifique 360° terkait proyek yang akan ditangani selama bulan Agustus 2016.</li> <li>- Menangani media pada pelaksanaan acara Peluncuran Album Ketiga TULUS: MONOKROM bersama Wardah.</li> <li>- Menangani media pada pelaksanaan acara peluncuran produk terbaru Kerastase Indonesia: Discipline Curl.</li> <li>- Membantu mencari artikel <i>online</i> terkait acara Peluncuran Album Ketiga TULUS: MONOKROM.</li> <li>- Membuat profil PT Indonesia Paradise Property Tbk.</li> <li>- Membuat profil Boyke Gozali selaku investor utama PT Indonesia Paradise Property Tbk.</li> <li>- Membuat profil Budiman Hendropurnomo selaku arsitek dalam beberapa proyek PT Indonesia Paradise Property Tbk.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">2 (8-12 Agustus 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempelajari format standar <i>media monitoring</i> Magnifique 360° yang terbagi menjadi penilaian secara kuantitatif dan kualitatif.</li> <li>- Menghubungi 6 sekolah <i>fashion</i> Jakarta (Binus University, ESMOD Jakarta, Susan Budihardjo, Raffles University, Burgo</li> </ul>

	<p>Institute, LaSalle College) untuk bekerjasama dalam acara Wardah Fashion Award.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menangani <i>media partnership</i> Hellofest 2016.</li> <li>- Mencari kontak Fashion Consultant Indonesia untuk menjadi juri di acara Wardah Fashion Award.</li> <li>- Membantu menangani <i>media monitoring</i> acara peluncuran produk terbaru Kerastase Indonesia: Discipline Curl.</li> <li>- Menangani <i>media monitoring</i> klien Matrix: Bio Scrub.</li> </ul>
3 (15-19 Agustus 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>media monitoring</i> untuk Matrix: Bio Scrub.</li> <li>- Membuat <i>MC Script</i> untuk acara peluncuran aplikasi YOLO.</li> <li>- Membantu <i>media monitoring</i> Kerastase: Discipline Curl.</li> </ul>
4 (22-26 Agustus 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghubungi sekolah-sekolah <i>fashion</i> di Asia Tenggara untuk bekerjasama dengan Wardah.</li> <li>- Membuat <i>PR Docs</i> untuk Bank Indonesia.</li> <li>- Mereview penawaran kerjasama media kampus dan <i>mainstream</i> untuk acara Hellofest 2016.</li> <li>- Membantu menangani media dalam pelaksanaan acara Bank Indonesia.</li> <li>- Membuat <i>media monitoring</i> untuk Matrix: Bio Scrub.</li> </ul>
5 (29 Agustus - 2 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan RSVP media untuk acara Hellofest 2016.</li> <li>- Mempelajari standar penulisan <i>press release</i> Magnifique 360°.</li> <li>- Membuat artikel <i>in house magazine</i> PT Combiphar.</li> <li>- Membantu membuat <i>post event report</i> L'Oreal Color Certification.</li> <li>- Menyebarkan undangan acara Hellofest 2016 kepada media.</li> </ul>
6 (5-9 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membantu menangani pengajuan <i>media partnership</i> acara Hellofest 2016 dengan media-media kampus terpilih.</li> <li>- Menghubungi sekolah-sekolah <i>fashion</i> di Asia Tenggara untuk bekerjasama dengan Wardah.</li> <li>- Menangani RSVP media untuk acara NinjaXpress Indonesia.</li> <li>- Membantu menangani media pada saat pelaksanaan acara NinjaXpress Indonesia.</li> <li>- Membuat <i>post event report</i> Plaza Indonesia: Style It Forward.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>post event</i> report NinjaXpress Indonesia.</li> <li>- Menyerahkan laporan <i>bi-weekly media monitoring</i> untuk Matrix: Bio Scrub.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">7 (12-16 September 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>PR Docs</i> untuk kolaborasi Wardah bersama Annisa Hasibuan (Desainer Indonesia) dan Caroline Septerita (<i>Make Up Artist</i> Indonesia) dalam perjalanan keduanya di Amerika Serikat.</li> <li>- Membuat <i>press release</i> untuk <i>brand</i> yang terlibat dalam acara Men's Fashion Week 2016.</li> <li>- Mempersiapkan <i>media kit</i> untuk acara Plaza Indonesia: Men's Fashion Week 2016.</li> <li>- Membuat <i>media list</i> Indosat Ooredoo.</li> <li>- Membuat <i>PR Docs</i> Indosat Ooredoo.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">8 (19-25 September 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>PR Docs</i> Indosat Ooredoo.</li> <li>- Membuat <i>press release</i> untuk <i>brand</i> yang terlibat dalam acara Men's Fashion Week 2016.</li> <li>- Membuat naskah untuk pemenang ajang internasional L'Oreal Professionnel Style &amp; Color Trophy 2016 dalam versi bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.</li> <li>- Menyebarkan undangan kepada media-media terpilih untuk menghadiri acara Hellofest 2016.</li> <li>- <i>Memback up</i> dokumen-dokumen Surat Perjanjian Kerjasama antara HelloMotion dengan media terpilih.</li> <li>- Menyebarkan <i>press release</i> acara Wardah Fashion Award 2016.</li> <li>- Menerjemahkan dan membuat ketentuan kompetisi untuk Wardah Fashion Award 2016.</li> <li>- Melakukan RSVP media untuk acara Plaza Indonesia: Men's Fashion Week 2016.</li> <li>- Membuat matrix kerjasama HelloMotion dengan media terpilih.</li> <li>- Menyerahkan laporan <i>bi-weekly media monitoring</i> untuk Matrix: Bio Scrub.</li> <li>- Menangani media pada saat pelaksanaan acara Hellofest 2016.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menangani media pada saat pelaksanaa acara Plaza Indonesia: Men's Fashion Week 2016.</li> </ul>
<p>9 (26-30 September 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membantu membuat <i>PR Docs</i> kolaborasi IM3 Ooredoo bersama iflix dalam versi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.</li> <li>- Mempersiapkan <i>media kit</i> untuk acara IM3 Ooredoo bersama iflix.</li> <li>- Membantu pelaksanaan audisi Wardah Fashion Award 2016.</li> <li>- Membuat <i>PR Docs</i> untul Mall 23Paskal.</li> <li>- Membuat <i>wording invitation</i> untuk Indosat Ooredoo.</li> </ul>
<p>10 (3-7 Oktober 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat materi <i>PR Docs</i> untuk acara peluncuran <i>Brand Ambassador</i> baru Wardah di Yogyakarta.</li> <li>- Membantu membuat proposal Ini Kisah Tiga Dara.</li> <li>- Membuat naskah untuk pemenang ajang internasional L'Oreal Professionnel Style &amp; Color Trophy 2016 dalam versi bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.</li> <li>- Menganalisis dan menentukan materi <i>Out Of Home advertising</i> (OOH) Indosat Ooredoo: Stream On.</li> </ul>
<p>11 (10-14 Oktober 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyerahkan laporan <i>media monitoring</i> untuk Wardah Fashion Award 2016.</li> <li>- Membuat <i>media list</i> Make Over.</li> <li>- Menerjemahkan konten untuk sertifikat peserta Wardah Fashion Award 2016 ke dalam Bahasa Inggris.</li> <li>- Menyerahkan laporan <i>bi-weekly media monitoring</i> untuk rangkaian acara L'Oreal Professionnel dalam Jakarta Fashion Week 2017.</li> <li>- Melakukan RSVP media untuk acara peluncuran <i>Brand Ambassador</i> baru Wardah di Yogyakarta.</li> <li>- Membantu mengedit <i>PR Docs</i> untuk JD.ID.</li> <li>- Melakukan RSVP media untuk JD.ID Beauty Festival.</li> <li>- Membuat materi <i>PR Docs</i> untuk acara peluncuran <i>Brand Ambassador</i> baru Wardah di Yogyakarta.</li> </ul>
<p>12 (17-21 Oktober 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan RSVP media untuk Make Over: Versus Fashion Runaway dalam acara Jakarta Fashion Week 2017.</li> <li>- Melakukan RSVP media untuk keseluruhan agenda Wardah dalam</li> </ul>

	<p>acara Jakarta Fashion Week 2017.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyerahkan laporan <i>bi-weekly media monitoring</i> untuk Matrix: Bio Scrub.</li> <li>- Membuat referensi tempat <i>press conference</i> untuk klien Lee Cooper.</li> <li>- Membantu membuat laporan <i>post-event</i> acara Kerastase: Specifique.</li> <li>- Membuat PR Docs untuk Wardah dalam acara Wardah: YoUniverse.</li> <li>- Melakukan RSVP media untuk acara peluncuran Kerastase: Specifique.</li> </ul>
<p>13 (24-28 Oktober 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat daftar <i>media attendance</i> untuk Make Over: Versus Fashion Runaway dalam acara Jakarta Fashion Week 2017.</li> <li>- Membuat daftar <i>media confirmation</i> untuk Wardah Fashion Award 2016.</li> <li>- Membuat daftar <i>media attendance</i> untuk Make Over: Versus Fashion Runaway dalam acara Jakarta Fashion Week 2017.</li> <li>- Membuat daftar <i>media attendance</i> untuk Press Conference Wardah: YoUniverse dalam acara Jakarta Fashion Week 2017.</li> <li>- Membuat daftar <i>media attendance</i> untuk Press Conference L'Oreal Professionnel: IT Looks Fall Winter 2016/2017 dalam acara Jakarta Fashion Week 2017.</li> </ul>
<p>14 (31 Oktober- 4 November 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyerahkan laporan <i>bi-weekly media monitoring</i> untuk rangkaian acara L'Oreal Professionnel dalam Jakarta Fashion Week 2017.</li> <li>- Memfollow-up RSVP media untuk acara L'Oreal Professionnel Style &amp; Color Trophy.</li> </ul>
<p>15 (7-11 November 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Editing PR Docs</i> untuk acara Bank OCBC NISP.</li> <li>- Membuat <i>wording invitation</i> untuk HydroClean Indonesia.</li> <li>- Membuat konten <i>Twitter</i> Alexander Rusli, CEO Indosat Ooredoo.</li> <li>- Menganalisis dan menentukan materi <i>Out Of Home advertising</i> (OOH) Indosat Ooredoo: Stream On.</li> </ul>

<p>16 (14-18 November 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyerahkan laporan <i>bi-weekly media monitoring</i> untuk Matrix: Bio Scrub.</li> <li>- Memfollow-up RSVP media untuk acara workshop L’Oreal Professionnel di Surabaya.</li> <li>- Membuat konten <i>Twitter</i> Alexander Rusli, CEO Indosat Ooredoo.</li> <li>- Membuat profil Pratiwi Halim, <i>Founder of HydroClean</i> Indonesia.</li> </ul>
<p>17 (21-25 November 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari dan menghubungi MC serta <i>beauty influencer</i> untuk acara Inglot.</li> <li>- Membuat profil <i>beauty blogger</i> Indonesia yang masuk ke dalam daftar Inglot.</li> <li>- Membantu menyusun proposal <i>pitching</i> klien Good Homes.</li> </ul>
<p>18 (28-30 November 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menambah <i>database</i> media-media hijab Indonesia.</li> <li>- <i>Media monitoring</i> rangkaian acara L’Oreal Professionnel dalam Jakarta Fashion Week 2016.</li> <li>- Membantu mempersiapkan PR Docs Bank OCBC NISP.</li> </ul>

### 3.4 *Public Relations Writing*

Menurut Bivins (2014, h. 4), *Public Relations Writing* adalah upaya seorang *Public Relations* untuk membangun hubungan yang positif antara suatu organisasi dan berbagai publik dari organisasi tersebut. Kebanyakan jenis penulisan *Public Relations* terbagi menjadi dua, yakni :

- *Uncontrolled Information*, memiliki arti bahwa produk penulisan *Public Relations* yang dibuat untuk tujuan tertentu dan untuk mendapatkan pemberitaan media berada di bawah kuasa editorial media. *Public Relations* tidak dapat mengintervensi informasi yang sudah dilepas kepada media sehingga konten, gaya bahasa, penempatan, dan waktu tayang ditentukan oleh media. Contohnya : pemberitaan majalah dan pendapat ahli tentang organisasi atau perusahaan.
- *Controlled Information*, merupakan produk penulisan *Public Relations* yang konten, gaya bahasa, penempatan, dan waktu tayangnya berada sepenuhnya di

bawah kuasa *Public Relations*. Contohnya : iklan, *company profile*, majalah internal, brosur, dan *broadcast media* yang sifatnya berbayar.

### 3.4.1 *Public Relations Document*

*Public Relations Document* merupakan seperangkat dokumen yang dipersiapkan oleh Magnifique 360° untuk keperluan komunikasi klien. Dokumen ini terdiri dari *message house*, *talking points*, *mc script*, *rundown* acara, *fact sheet*, *FAQ*, profil, serta *in house publishing*. Dalam beberapa proyek, penulis ditugaskan untuk membuat dokumen *Public Relations*. Rincian dokumen *Public Relations* yang dibuat oleh penulis dapat dilihat pada tabel yang akan dilampirkan di halaman berikutnya.

**Tabel 3.3**  
**Tabel Uraian Proyek *Public Relations Document***

Jenis Dokumen	Klien/Proyek
<i>Fact Sheet</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peluncuran Mall 23Paskal</li> <li>- PT Indonesian Paradise Property Tbk</li> <li>- Indosat Ooredoo untuk acara peluncuran paket Freedom Combo yang merupakan kerjasama antara Indosat Oordeoo dengan Iflix selaku penyedia layanan film <i>streaming</i> berbayar.</li> </ul>
Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Cintai Tubuh dengan Menjaga Kesehatan” untuk <i>in house production</i> Combiphar</li> <li>- “Fun Fact: 4 Gerakan Peregangan di Kantor dalam 5 Menit” untuk <i>in house production</i> Combiphar</li> <li>- “In Our Voice: Hidup Sehat Sepanjang Hari” untuk <i>in house production</i> Combiphar</li> <li>- “Workzen: Meningkatkan Rasa Percaya Diri di Tempat Kerja” untuk <i>in house production</i> Combiphar</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indosat Ooredoo untuk peluncuran paket</li> </ul>

<p><i>Talking Points</i></p>	<p>Freedom Combo dalam versi bahasa Inggris</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salman Subakat (<i>Marketing Director Wardah</i>) untuk acara Wardah's "Earth, Love, Life" Cultural Tour</li> <li>- Raline Shah (<i>Brand Ambassador Wardah</i>) untuk acara Wardah's "Earth, Love, Life" Cultural Tour</li> <li>- Teater Garasi untuk acara Wardah's "Earth, Love, Life" Cultural Tour.</li> <li>- Barli Asmara, Dian Pelangi, Ria Miranda, Zaskia Sungkar. Kelimanya merupakan desainer yang berkolaborasi dengan Wardah untuk peluncuran <i>trend look</i> Wardah YoUniverse.</li> <li>- Salman Subakat (<i>Marketing Director Wardah</i>) untuk acara Wardah YoUniverse.</li> </ul>
<p><i>Profil</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PT Indonesian Paradise Property Tbk.</li> <li>- Boyke Gozali, konglomerat bisnis properti Indonesia sekaligus investor utama PT Indonesian Paradise Property Tbk.</li> <li>- Budiman Hendropurnomo, arsitek kenamaan Indonesia yang banyak berkecimpung dalam pembangunan properti yang dimiliki oleh Boyke Gozali.</li> <li>- Raline Shah untuk Wardah dalam acara peluncuran <i>brand ambassador</i> baru.</li> <li>- <i>Beauty blogger</i> untuk Inglot</li> <li>- Pratiwi Halim, <i>Founder of HydroClean</i> Indonesia</li> </ul>
<p><i>Speech</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemenang ajang internasional L'Oreal Professionnel Style &amp; Color Trophy 2016 dalam versi bahasa Indonesia dan bahasa</li> </ul>

	<p>Inggris.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Raline Shah untuk Wardah dalam acara peluncuran <i>brand ambassador</i> baru.</li> <li>- Salman Subakat (<i>Marketing Director Wardah</i>) untuk acara peluncuran <i>brand ambassador</i> baru serta kolaborasi Wardah bersama Teater Garasi.</li> </ul>
<i>MC Script</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bank Indonesia untuk acara Karya Kreatif Indonesia: Pameran Kerajinan UMKM Binaan Bank Indonesia</li> <li>- Peluncuran aplikasi <i>lifestyle YOLO</i>.</li> </ul>
<i>Frequently Ask Question</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acara Wardah's "Earth, Love, Life" Cultural Tour.</li> <li>- Acara Wardah YoUniverse.</li> </ul>
<i>Rundown</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bank Indonesia untuk acara Karya Kreatif Indonesia: Pameran Kerajinan UMKM Binaan Bank Indonesia</li> </ul>
<i>Content Writing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten majalah internal Combiphar berupa artikel CEO Combiphar, Michael Wanandi dan artikel karyawan senior Combiphar, Janti.</li> <li>- Konten <i>Twitter</i> Alexander Rusli, CEO Indosat</li> </ul>

### 3.4.2 *Wording Invitation*

*Wording invitation* merupakan penulisan undangan yang ditujukan untuk media yang masuk ke dalam *list media tier* klien. Susunan *wording invitation* terdiri dari salam pembuka, penjelasan secara singkat tentang acara klien didukung dengan pernyataan fakta, kalimat undangan, judul acara *press conference*, tanggal, waktu, dan tempat diselenggarakannya acara, *spokepersons*, tata cara peliputan, kontak *Public Relations*, serta gambar undangan. Berikut adalah *wording invitation* yang dibuat oleh

penulis untuk keperluan undangan acara Plaza Indonesia: Men's Fashion Week 2016

**Gambar 3.1**  
**Wording Invitation : Plaza Indonesia Men's Fashion Week**  
**2016**

Reminder Undangan: Plaza Indonesia Men's Fashion Week 2016, 21-24 September, The Warehouse, Plaza Indonesia Level 5

**Firqha Andjani** <andjanifirqha@gmail.com>  
to Arifaldi

Sep 20

**Kepada Yth rekan-rekan media,**

Plaza Indonesia Men's Fashion Week 2016 kembali digelar dengan mengusung tema 'The Millenials', Rabu-Sabtu, 21-24 September 2016. 13 label desainer tanah air maupun internasional akan menampilkan koleksi pakaian Fall / Winter 2017 sepanjang pekan mode berlangsung.

Daftarkan diri Anda (simak tata cara peliputan di bawah ini), simak *line-up show* para desainer terlampir dan hadir di acara kami tersebut dibawah :

**PLAZA INDONESIA MEN'S FASHION WEEK 2016**  
Rabu-Sabtu / 21-24 September 2016  
The Warehouse, Plaza Indonesia Lantai 5,  
JI MH Thamrin, Jakarta Pusat

**Waktu :**

**Rabu, 21 September 2016**  
18.30 WIB - Rama Dauhan  
19.30 WIB - Alleira Batik  
20.30 WIB - Feby Haniv Pour Homme

**Kamis, 22 September 2016**  
18.30 WIB Populo Batik  
19.30 WIB Rococo The Men's Store  
20.30 WIB Antony Morato

**Jumat, 23 September 2016**  
17.30 WIB ESMOD Jakarta  
18.30 WIB Parang Kencana  
19.30 WIB Iwan Tirta Private Collection

**Sabtu, 24 September 2016**  
18.00 WIB (X) S.M.L  
19.00 WIB Danjyo Hyoji  
20.00 WIB No'om / No'mi by Soetjipto Hoeijaja  
21.00 WIB Sky inc.

**Tata Cara Peliputan :**

1. Bawalah kartu ID Press dan print-out undangan ini minimal 30 menit sebelum acara ke area registrasi di lantai 4, Plaza Indonesia (tepat di bawah venue).
2. Lakukan registrasi di area media longue untuk mendapatkan gelang khusus (wrist-band) khusus yang menjadi pass untuk memasuki area acara.
3. Dengan mengenakan wrist-band ini, Anda berhak untuk mengikuti seluruh acara, menikmati konsumsi yang disediakan serta menggunakan fasilitas media longue (termasuk wifi).
4. Jika ingin melakukan peliputan fashion show berikutnya, mohon untuk melakukan registrasi ulang di area media longue.
5. Untuk melakukan wawancara dengan desainer dan label yang diinginkan, harap menghubungi team media relations kami sebelum show berlangsung atau sebelum hari show pada nomer telepon di bawah ini.
6. Tersedia dokumentasi acara yang dapat dicopy setelah acara berlangsung di area media longue.

**Contact media relations :**

Cahyo 0858.1798.1633  
Novia 0822.4035.4876  
**Firqha 0838.7790.6090**  
Audi 0815.1749.7932

Sumber : Akun e-mail Penulis

### 3.5 *Media Relations*

Salah satu aktivitas utama *Public Relations* adalah berhubungan dengan media. Dalam sebagian besar kasus yang ditangani *Public Relations*, media memiliki peran yang sangat kuat terutama terkait penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Davis (2003, h.26) mengatakan bahwa *Public Relations* masih menghabiskan 40% waktunya untuk bekerja di arena *Media Relations*. Ia menambahkan bahwa setidaknya 3/4 dari kegiatan *Media Relations* ini ditujukan untuk media cetak.

Hubungan profesional yang baik antara *Public Relations* dengan media sedikit banyak akan berpengaruh terhadap publisitas. Publisitas adalah hal yang diinginkan oleh *Public Relations* guna menyebarkan informasi, terutama dengan *tone* yang positif. Berdasarkan pendapat ahli, Broom (2009, h.29), publisitas adalah segala informasi yang disediakan oleh pihak di luar media yang digunakan sebagai bahan pemberitaan di media dengan syarat memenuhi nilai berita. Broom juga menjelaskan bahwa sebagian besar pemberitaan media berasal dari sumber *Public Relations*.

Dalam melakukan publisitas, praktisi *Public Relations* harus tetap memegang teguh profesionalismenya dengan berdasarkan dengan kode etik. Artinya, *Public Relations* memiliki peran ganda, pertama adalah untuk menjaga ekspektasi klien, yang kedua adalah untuk tetap menyampaikan informasi dengan sebenarnya kepada publik. Hal ini sesuai dengan kode etik *Public Relations* yang dikeluarkan oleh PERHUMAS, yakni Pasal III No.3 tentang Perilaku Terhadap Media dan Media Massa.

#### 3.5.1 *Media List*

*Media list* merupakan daftar media klien yang berhak menerima akses peliputan acara. *Media list* ini terbagi ke dalam beberapa jenis yakni : majalah, koran, tabloid, *online*, TV, dan terkadang radio. Masing-masing jenis media dibagi ke dalam tiga kelas berbeda yang disebut dengan *media tier*.

- *Tier 1* menunjukkan bahwa media tersebut memiliki nilai publisitas *Public Relations* yang paling tinggi. Kriteria media yang masuk ke

dalam *Tier 1* adalah profil media yang sesuai dengan *target audience* klien serta jumlah sirkulasi media yang lebih tinggi dari *Tier 2* dan *Tier 3*.

- *Tier 2* menunjukkan bahwa media tersebut memiliki nilai publisitas *Public Relations* kelas menengah. Kriteria media yang masuk ke dalam *Tier 2* adalah profil media yang masih bersinggungan dengan *target audience* klien dengan jumlah sirkulasi media yang berada di bawah *Tier 1* namun tetap lebih unggul dari *Tier 3*.
- *Tier 3* menunjukkan bahwa media tersebut memiliki nilai publisitas *Public Relations* yang baling rendah. Kriteria media yang masuk ke dalam *Tier 3* adalah media-media *mainstream* yang masih relevan dan berada di luar *Tier 1* dan *Tier 2*.

Berikut adalah contoh *media list* dengan jenis media berupa majalah, untuk klien L’Oreal Professionnel

**Tabel 3.4**

***Media Tier L’Oreal Professionnel : Magazine***

Magazine					
Tier 1		Tier 2		Tier 3	
1	Baccarat Indonesia	1	Annisa	1	Best Life
2	Bazaar	2	Augustman	2	Djakarta
3	Beauty & Hair	3	Ayah Bunda	3	Forbes
4	Beauty Eight	4	BCA Prioritas	4	Hai
5	Bella Beauty	5	Da Man	5	Hang out Jakarta
6	Clara	6	Esquire	6	Maxim
7	Cleo	7	Fitness for Men	7	ME Asia
8	Cosmo girl	8	Juice		
9	Cosmopolitan	9	Le Mariage		
10	Dewi	10	Marketeers		
11	Elle	11	Marketing		
12	Estetica	12	Men’s Folio		
13	Fashion TV	13	Men’s Health		
14	Female	14	Mix		
15	Femina	15	Parenting		
16	Gadis	16	Perkawinan		
17	Go Girl	17	Scarf		
18	Grazia	18	SWA		

19	Herworld				
20	High End				
21	High End Teen				
22	Joy				
23	Kartini				
24	Kawanku				
25	L'Officiel				
26	Looks Magazine				
27	Marie Claire				
28	Mother & Baby				
29	Now Jakarta				
30	Nylon				
31	Pesona				
32	Prestige				
33	Registry				
34	Salon Pro				
35	Tatler				
36	Weddingku				
37	Women's Health				
38	Women's Obsession				

Sumber : Magnifique 360<sup>o</sup> Credential

Tugas penulis terkait dengan *media list* tersebut adalah mencari data-data media berupa nomor telepon, *fax*, email, dan alamat kantor untuk keperluan memberikan undangan acara. Data yang diperoleh akan diupdate ke dalam *database* media.

### 3.5.2 Media RSVP

Setelah *media list* dibuat dan dengan data yang telah diperbaharui, tugas penulis selanjutnya adalah melakukan RSVP media. Praktiknya dilakukan dengan cara menelepon media-media yang ada di dalam *list* pada H+1 undangan dikirim. Kemudian selama tiga sampai dengan lima hari kerja, penulis bertugas untuk mengkonfirmasi kehadiran media. Melalui tabel di bawah, terdapat rincian acara yang melibatkan penulis untuk mengkonfirmasi kehadiran media.

**Tabel 3.5**  
**Tabel RSVP Event**

Periode	Event
1-3 Agustus 2016	Peluncuran Album Ketiga TULUS: MONOKROM bersama Wardah
25- 31 Agustus 2016	Press Conference Hellofest 2016
29 Agustus - 1 September 2016	Acara Plaza Indonesia: Style It Forward 2016
1-5 September 2016	Peluncuran layanan logistik NINJAPRESS Indonesia
7-13 September 2016	Roadshow Wardah Fashion Award 2016
16-20 September 2016	Acara Plaza Indonesia: Men's Fashion Week 2016
23-28 September 2016	IM3 Ooredoo – iflix “The Video Liberation”
30 September- 5 Oktober 2016	Peluncuran aplikasi <i>lifestyle</i> ASIK!
12-17 Oktober 2016	Peluncuran Kerastase: Spesifique
19- 22 Oktober 2016	Press Conference L'Oreal Professionnel: IT Looks Fall Winter 2016/2017 dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
19- 22 Oktober 2016	Make Over: Versus Fashion Runaway dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
19-22 Oktober 2016	Press Conference Wardah: YoUniverse dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
19-22 Oktober 2016	Wardah: YoUniverse Runaway dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
19-22 Oktober 2016	Wardah: Launching of Wardah Exclusive Matte Lip Cream dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
11-23 November 2016	L'Oreal Professionnel “Jakarta Fashion Week 2017: IT Looks Fall Winter 2016/2017” Medan
15-30 November 2016	L'Oreal Professionnel “Jakarta Fashion Week 2017: IT Looks Fall Winter 2016/2017” Surabaya

### 3.5.3 *Media Kit*

*Media kit* adalah metode umum untuk pendistribusian informasi kepada media. *Media kit* ini biasanya terdiri dari beberapa informasi yang didesain secara spesifik untuk diberikan kepada media (Bivins, 2014, h.79). Masing-masing *event* yang ditangani aspek komunikasinya oleh Magnifique 360° akan dibuatkan *media kit* yang terdiri dari desain map beserta map ukuran A4+, CD berisi *press release*, *FAQ*, *fact sheet* dan foto, serta versi *print press release*, *FAQ* dan *fact sheet*.

**Gambar 3.2**  
***Media Kit Make Over***



Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Kontribusi penulis terkait *media kit* adalah penulis bertanggungjawab untuk *packaging* keseluruhan materi *media kit* dan memastikan bahwa seluruh data telah siap didistribusikan kepada media serta membuat *press release* untuk klien Wardah dalam proyek tertentu.

### 3.6 *Special Event*

*Special event* menempati posisi khusus dalam praktik *Public Relations*. Hal ini dikarenakan *special event* menggabungkan elemen aksi nyata (*action*) dan komunikasi (*communication*) (Broom, 2009, h.347). Tujuan diadakannya *special event* adalah untuk menyampaikan pesan kepada media dengan harapan pesan

tersebut akan didistribusikan kepada publik secara luas melalui publikasi. *Special event* ini merupakan proses komunikasi yang bersifat *two-way symmetrical* karena penerima pesan (media) dapat melakukan komunikasi umpan balik dengan pengirim pesan (perusahaan yang menjadi klien Magnifique 360).

Dalam tiga bulan pertama penulis bergabung sebagai *Junior Consultant Public Relations* di Magnifique 360, setidaknya setiap bulannya terdapat dua sampai dengan tiga *special event* yang ditangani oleh Magnifique 360. Berikut adalah *special event* yang melibatkan penulis pada hari pelaksanaan acara :

**Tabel 3.6**  
**Event Magnifique 360**

<b>Tanggal</b>	<b>Event</b>
3 Agustus 2016	Peluncuran Album Ketiga TULUS: MONOKROM bersama Wardah
4 Agustus 2016	Peluncuran Kerastase: Discipline Curl
18 Agustus 2016	Plaza Indonesia: Style It Forward
24 Agustus 2016	Peluncuran Matrix: Bio Scrub
26 Agustus 2016	Karya Kreatif Indonesia: Pameran Kerajinan UMKM Binaan Bank Indonesia.
1 September 2016	Press Conference Hellofest 2016
14 September 2016	Roadshow Wardah Fashion Award 2016
21 September 2016	Plaza Indonesia: Men's Fashion Week
23 September 2016	Plaza Indonesia: Men's Fashion Week
24-25 September 2016	Hellofest 2016
18 Oktober 2016	Peluncuran Kerastase: Specifique
22 Oktober 2016	Press Conference L'Oreal Professionnel: IT Looks Fall Winter 2016/2017 dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
23 Oktober 2016	Press Conference Wardah: YoUniverse dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
23 Oktober 2016	Wardah: YoUniverse Runaway dalam acara Jakarta Fashion Week 2017

28 Oktober 2016	Make Over: Versus Fashion Runaway dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
28 Oktober 2016	Wardah: Launching of Wardah Exclusive Matte Lip Cream dalam acara Jakarta Fashion Week 2017

Tugas penulis dalam setiap *special event* adalah menjaga media registrasi untuk menentukan media mana saja yang berhak mendapatkan akses peliputan dengan berdasarkan pada *media list* serta *RSVP* media. Setelah acara selesai, penulis bertugas untuk membagikan *goodie bag* yang telah disediakan kepada media-media yang telah hadir meliput.

**Gambar 3.3**  
***Press Conference Hellofest 2016***



Sumber : Dokumentasi Magnifique 360°

### **3.7 Post Event Report**

*Post event report* merupakan rangkaian pertama evaluasi yang dilakukan oleh Magnifique 360° terkait *special event* yang telah berlangsung. Sebagaimana proses manajemen *Public Relations*, setiap aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* harus selalu dievaluasi. Menurut Broom (2009, h.370) proses riset evaluasi tidak dapat dipisahkan dari tiga hal yakni evaluasi (*evaluation*), pengukuran (*measurement*) dan riset (*research*).

*Post event report* berada pada tahap evaluasi dalam kategori proses riset evaluasi yang diklasifikasikan oleh Broom. Laporan ini biasanya dibuat oleh

*project leader* yang bertugas menangani klien bersangkutan. Penulis dipercaya untuk membuat dua laporan *post event* pada klien yang berbeda. Klien tersebut adalah Ninja Xpress dan Plaza Indonesia. Adapun komponen *post event report* terdiri dari :

- *Executive summary*, berisi penjelasan mengenai *brand* atau klien disertai dengan fakta-fakta yang bersifat positif terkait *brand* atau klien tersebut.
- *Photo gallery*, berisi foto-foto dokumentasi acara.
- *Media attendace*, berisi data terkait jumlah media yang hadir sesuai dengan pengkategorisasian media (koran, majalah, *online*, tabloid, tv dan radio).
- *Media interview*, berisi foto-foto dokumentasi pada saat media melakukan wawancara dengan narasumber.
- *Online media clipping*, berisi *screenshoots* media *online* yang sudah memuat berita atas acara yang diselenggarakan.
- *Media feedback and overview*, berisi pengamatan dan penilaian Magnifique 360° terhadap respon media melalui pendekatan secara personal terhadap media undangan.
- *Learning points*, berisi pembelajaran yang diperoleh berdasarkan dengan kendala yang terjadi selama acara.
- *Recommendations*, berisi rekomendasi Magnifique 360° terhadap keseluruhan acara sebagai salah satu bahan evaluasi untuk klien.
- *Magnifique 360° 's scope of work and deliverables*, berisi penjelasan terkait tugas-tugas yang dilakukan oleh Magnifique 360° baik pada saat *pre-event*, *event*, dan *post-event*.
- *Invitation picture*, berisi *screenshoot* gambar undangan kepada media yang disebarkan melalui email disertai dengan desain undangan.

### **3.8 Public Relations Scoring**

*Public Relations scoring* merupakan tahapan lanjutan dari proses riset evaluasi yang dilakukan oleh Magnifique 360°. Tahapan ini merupakan langkah pengukuran (*measurement*) terhadap publisitas media. Publisitas ini dihitung untuk artikel yang dimuat oleh media dimulai pada tanggal pelaksanaan *special event* sampai dengan enam minggu pasca *event*. Selama dua minggu sekali (*bi-*

*weekly*), Magnifique 360° akan memberikan laporan *Public Relations Scoring* yang sudah diperbaharui. Laporan *Public Relations Scoring* yang pertama diberikan dalam jangka waktu seminggu setelah *event* berlangsung.

Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk mengetahui nilai *Return of Investment* (ROI) perusahaan klien. Di dalam *Public Relations Scoring* terlampir nilai publisitas berita baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Nilai kualitatif merupakan penilaian Magnifique 360° terhadap konten berita. Aspek-aspek yang ditinjau adalah ketersediaan gambar (*picture*), kutipan *spoke person* perusahaan klien (*quote*), *media tier*, kata kunci pesan yang disampaikan (*key message*), serta kedekatan *brand* (*brand prominence*). Sementara penilaian kuantitatif ditinjau berdasarkan aspek ketersediaan gambar (*picture*), jumlah *brand* lain yang disebut (*exclusive/shared mention*), dan harga iklan per kolom (untuk majalah, koran dan tabloid).

Penulis bertanggungjawab atas *Public Relations Scoring* :

**Tabel 3.7**  
**Tugas *Public Relations Scoring***

<b>Periode</b>	<b>Event</b>
4 Agustus- 18 November 2016	Peluncuran Matrix: Bio Scrub
31 Agustus- 28 Oktober 2016	Roadshow Wardah Fashion Award 2016
25 Oktober- 9 Desember 2016	Wardah: Launching of Wardah Exclusive Matte Lip Cream dalam acara Jakarta Fashion Week 2017
31 Agustus- 30 November 2016	Rangkaian acara L'Oreal Professionnel dalam Jakarta Fashion Week 2017

Dalam melakukan penilaian terhadap acara klien yang ditangani oleh Magnifique 360°, terdapat formula khusus yang sudah ditetapkan berdasarkan dengan standar Magnifique 360°. Formula ini disebut sebagai *guideline* yang terbagi menjadi dua, yakni :

**Gambar 3.4**  
**Guideline Qualitative Score**

No.	Media	Journalist	Picture		KDF quotes		Score 2	Media Tier			Score 3	Key Message Pick Up			Score 4	Brand Prominence			Score 5	Score per Article
			Yes	No	Yes	No		1	2	3		all	half	none		lead	50%	mention		
1	Detik.com	Lorem ipsum	Y		10	Y	10		Y		10	Y			10	Y			10	10
2	Kompas	Lorem ipsum		Y	5		5		Y		7		Y		7		Y		7	6.2
3	Femina	Lorem ipsum		Y	5		5			Y	5			Y	5			Y	5	5
<b>Total Qualitative Score</b>																			<b>7.07</b>	

SCORING TABLE	
<b>Picture</b> Yes: 10 No: 7	<b>Key Message</b> all: 10 half: 7 none: 5
<b>Quote</b> Yes: 10 No: 7	<b>Brand Prominence</b> Lead: 10 50%: 7 Mention: 5
<b>Media Tier</b> 1 <sup>st</sup> : 10 2 <sup>nd</sup> : 7 3 <sup>rd</sup> : 5	

**Gambar 3.5**  
**Guideline Quantitative Score**

**STANDARD FORMULA** Simple version formula (= Exclusive Mention)  
**QUANTITATIVE FORMULA** Applies justified shared mentions in articles mentioning >1 brands/companies (applied starting 2015)

NO	CATEGORY	DESCRIPTION	STANDARD FORMULA		QUANTITATIVE FORMULA	NOTES
			NO PICTURE	WITH PICTURE		
A.	<b>EXCLUSIVE MENTION</b>	Only 1brand/company is mentioned	ADV RATE x 3	ADV RATE x 5	SAME AS STANDARD FORMULA	
B.	<b>SHARED MENTION</b>	>1 competing brands/companies are mentioned:				
B.1.	<b>DEDICATED MENTION</b>	The article is focused on one brand/company, but also slightly mention other competing brands/companies:				
B.1.a.	<b>MAIN MENTION</b>	If mentioned as MAIN brand/company	ADV RATE x 3	ADV RATE x 5	STD FORMULA x 3/4	>> Characteristics of article: The brand/company is mostly mentioned in the article and may appear in headline or first paragraph; Majority paragraphs discuss about this brand/company; The picture of the main brand/company is used as illustration.
B.1.b.	<b>SECONDARY MENTION</b>	If mentioned as SECONDARY brand/company	ADV RATE x 3	ADV RATE x 5	STD FORMULA x 1/4 x 1/(Q-1)	>> Characteristics of article: The secondary brand/company is only being mentioned once as comparison to the main brand/company; usually being mentioned towards the end of the article. >> If there are >1 competing secondary brands/companies are being mentioned, the news value must be shared equally with Q-1 number of brands/companies.
B.2.	<b>NON-DEDICATED MENTION</b>	The article mentions several brands/companies equally	ADV RATE x 3	ADV RATE x 5	STD FORMULA x 1/Q	>> If there are >1 competing brands/companies are being mentioned equally, the news value must be shared equally with Q number of brands/companies.

### 3.9 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis menemui beberapa kendala dengan tingkat kompleksitas yang berbeda. Berikut adalah poin-poin yang berisi penjabaran kendala penelliti :

- Sistem koordinasi yang terlalu luas.

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab awal, koordinasi antara *Junior Consultant Public Relations* dengan tim *Public Relations Magnifique 360°* terbilang terlalu sirkuler. Kondisi ini terjadi karena arus komunikasi terkait pendelegasian tugas datang dari setiap posisi yang berada di bawah naungan *Public Relations Magnifique 360°*. Konsekuensinya, penulis dituntut untuk dapat melakukan koordinasi kepada seluruh bagian *Public Relations Magnifique 360°* yang mengakibatkan menumpuknya beban pekerjaan.

- Sering dijumpainya media *non-listed* dalam *event* maupun *press conference*.  
Setiap *event* ataupun *press conference* yang diselenggarakan oleh Magnifique 360° telah dibuat *media list* tersendiri. Media-media yang tidak tercantum dalam daftar media tersebut secara prosedural tidak mendapatkan akses peliputan. Seringkali pada praktek lapangannya, media-media *non-listed* ini memaksa penulis yang bertugas sebagai *media registration* dalam setiap *event*, untuk dapat bergabung dengan media lainnya dan mendapatkan akses peliputan. Media *non-listed* ini biasanya memiliki nama-nama media yang tidak familiar dan nomor maupun alamat *email* yang tidak dapat dijangkau.

### 3.10 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Penulis berupaya untuk mengatasi segala permasalahan yang dihadapi dalam proses kerja magang. Berikut adalah solusi yang akan dijelaskan sesuai dengan urutan poin-poin kendala yang telah disebutkan sebelumnya.

- Menyelesaikan koordinasi dengan *project leader* yang terlebih dahulu memberikan pekerjaan.

Penulis mulai membuat daftar pekerjaan sesuai dengan koordinasi yang terlebih dahulu dilakukan oleh *project leader* tertentu kepada penulis. Dengan demikian, penulis bisa memprioritaskan *project* klien mana yang harus

didahulukan untuk diselesaikan. Jika *project* sebelumnya telah selesai, penulis baru akan mulai berkoordinasi lagi dengan *project leader* lainnya dan menangani klien yang berbeda.

- Meminta bantuan *Senior Public Relations* untuk memutuskan apakah media bersangkutan berhak untuk mendapat akses peliputan atau tidak.

Jika media-media *non-listed* memaksa untuk mendapatkan akses peliputan meskipun namanya tidak tercantum *dalam media list*, penulis akan berkoordinasi dengan *Senior Public Relations* untuk memberikan keputusan. Beberapa media yang dapat memberikan bukti-bukti bahwa media tersebut memang media yang sah dan asli, akan diberikan akses peliputan, sementara media yang tidak berhasil memberikan bukti-bukti tidak akan mendapatkan akses peliputan.

