



### **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:**

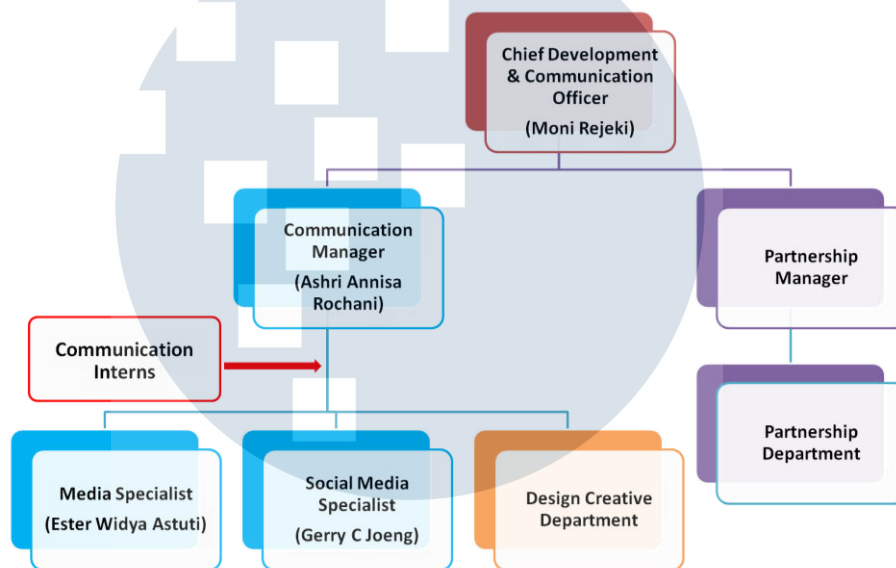
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

##### 3.1 Gambar Struktur Divisi Komunikasi YCAB Foundation



Pada awalnya divisi komunikasi di YCAB Foundation tergabung dalam Divisi *Partnership*. Seiring dengan pertumbuhan organisasi, kebutuhan akan tenaga ahli di bidang komunikasi juga semakin meningkat. Saat ini Divisi Komunikasi telah berdiri sendiri, dipimpin oleh seorang *Communication Manager* dan terdiri dari *Media Specialist*, *Social Media Specialist*, serta berkolaborasi dengan *Design Creative Department*. Meski tidak memiliki divisi khusus PR dalam organisasi ini, namun divisi komunikasi beserta dengan staf di dalamnya telah mengimplementasikan peran dan fungsi strategis PR. Selama praktik magang di YCAB Foundation, penulis berada di bawah bimbingan Ashri Annisa Rochani selaku *Communication Manager*, dibantu oleh Ester Widya Astuti selaku *Media Specialist* dan yaitu Gerry C. Joeng selaku *Social Media Specialist* serta menerima dan melaksanakan segala tugas yang diberikan.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai pekerja magang penulis menerima tugas dari *Communication Manager, Media Specialist* dan juga *Social Media Specialist*. Karena diberikan oleh tiga pihak yang berbeda, maka tugas yang dilaksanakan bervariasi dan memiliki tingkat kesulitan tersendiri. Berikut tugas-tugas yang dilaksanakan oleh penulis selama melakukan praktik magang di YCAB Foundation:

- Fungsi strategis PR
- *Media Relations*
- *Online PR*
- *Event Management Support*

Berikut merupakan tabel *timeline* kerja penulis selama melaksanakan tugas mingguan di YCAB Foundation:

No.	Tugas	Juli		Agustus					September				Oktober		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	<i>PR Strategic</i>														
	a <i>Research &amp; Monitoring</i>														
	b <i>Brainstorming</i>														
	c <i>Evaluation</i>														
2	<i>Media Relations</i>														
	a <i>Media Database</i>														
	b <i>Press Conference, Press Tour &amp; Media Gathering</i>														
	c <i>Online Media Monitoring</i>														
	d <i>Media Clipping</i>														
3	<i>Online PR</i>														
	a <i>Live Update</i>														
	b <i>Online Internal Release</i>														
	c <i>Website Content</i>														
4	<i>Event Management Support</i>														

Berikut adalah tabel penjabaran tugas mingguan yang penulis laksanakan selama menjadi pekerja magang di YCAB Foundation:

### 3.2 Tabel Pelaksanaan Tugas

Minggu Ke -	Tugas yang Dilaksanakan
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Speech content &amp; talking points</i></li> <li>✓ <i>Media data base</i></li> <li>✓ <i>Riset sederhana &amp; data base NGO</i></li> <li>✓ <i>Presscon Media invitation</i></li> <li>✓ <i>Invitation untuk kontes foto</i></li> <li>✓ <i>Brainstorming ide</i></li> <li>✓ <i>Tinjauan lapangan</i></li> </ul>
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Press release</i></li> <li>✓ <i>Riset sederhana tentang “General Consultative Status oleh UN ECOSOC”</i></li> <li>✓ <i>Pengecekan translation website</i></li> <li>✓ <i>Riset kecil tentang sistem “Fundrising Rio Haryanto”</i></li> <li>✓ <i>Draft media invitation</i></li> <li>✓ <i>Penulisan konten ajakan untuk volunteer</i></li> </ul>
3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Event management</i></li> <li>✓ <i>Talking points MC</i></li> <li>✓ <i>Media checklist; pre, during &amp; post-event presscon</i></li> <li>✓ <i>Rundown presscon</i></li> <li>✓ <i>Briefing book untuk presscon; speech content &amp; talking points</i></li> <li>✓ <i>Penulisan konten invitation untuk buzzer public figure</i></li> <li>✓ <i>NGO database</i></li> <li>✓ <i>Penulisan konten &amp; wawancara singkat</i></li> </ul>
4.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Riset sederhana</i></li> <li>✓ <i>Event management</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Meeting panitia acara</i></li> <li>✓ <i>Media invitation &amp; follow up ke media</i></li> <li>✓ <i>Media kit</i></li> <li>✓ <i>Penulisan konten live update social media</i></li> </ul>
5.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Event management</i></li> <li>✓ <i>Media monitoring</i></li> <li>✓ <i>Liasion Organizer</i></li> <li>✓ <i>Riset sederhana tokoh public figure untuk buzzer</i></li> </ul>
6.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Seleksi foto untuk konten acara</i></li> <li>✓ <i>Internal relations</i></li> <li>✓ <i>Media data base</i></li> <li>✓ <i>Media invitation</i></li> <li>✓ <i>Penulisan konten que card</i></li> </ul>
7.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Brainstorming ide &amp; event management</i></li> <li>✓ <i>Media data base</i></li> <li>✓ <i>Follow-up media</i></li> <li>✓ <i>Media monitoring</i></li> </ul>
8.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Penulisan ide konten quiz</i></li> <li>✓ <i>Penulisan konten &amp; pengambilan foto untuk live update social media</i></li> <li>✓ <i>Internal relations</i></li> </ul>
9.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Social media mapping</i></li> <li>✓ <i>Internal release</i></li> <li>✓ <i>Brainstorming ide untuk internal activation</i></li> <li>✓ <i>Internal news update and release</i></li> </ul>
10.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Riset sederhana &amp; referensi konten newsletter internal release</i></li> <li>✓ <i>Data base sponsorship perusahaan</i></li> <li>✓ <i>Seleksi foto konten majalah &amp; bank foto</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Testimoni interns</i></li> <li>✓ Riset referensi <i>internal activation</i></li> <li>✓ Riset sederhana tentang awards</li> <li>✓ <i>Brainstorming</i> ide <i>media gathering</i> dan strategi <i>media relations</i></li> </ul>
11.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Update internal activation, awards</i> dan <i>media gathering</i></li> <li>✓ <i>Technical meeting</i></li> <li>✓ Penulisan &amp; penyesuaian konten MC</li> <li>✓ <i>Internal release</i></li> </ul>
12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Media monitoring</i></li> <li>✓ <i>Update internal activation</i></li> <li>✓ <i>Re-write</i> artikel (<i>media monitoring</i>)</li> <li>✓ Riset sederhana ide &amp; konten foto <i>event</i></li> <li>✓ <i>Draft internal release</i></li> <li>✓ <i>Media invitation</i></li> <li>✓ <i>Technical meeting</i></li> <li>✓ <i>Event management</i></li> <li>✓ <i>Liasion Organizer</i> untuk media</li> </ul>

### 3.3 Pembahasan Tugas yang Dilaksanakan

#### 3.3.1 Fungsi Strategis PR

Menurut Indrawadi Tamin, PR mempunyai empat peran strategis salah satunya yaitu monitoring dan evaluasi yang berguna untuk mengantisipasi setiap perubahan yang mungkin saja berdampak negatif terhadap organisasi (Tamin, dikutip dalam Lena, 2004, 17). Sebagai pekerja magang yang dibimbing oleh seorang *Communication Manager* di YCAB Foundations, penulis telah menerima dan melaksanakan peran-peran PR yang bersifat strategis. Peran PR tersebut diwujudkan dengan berbagai tugas antara lain, sebagai berikut.

Pertama, melakukan riset-riset dan *brainstorming* ide. PR yang baik adalah PR yang benar-benar mengenal organisasi yang diwakilinya, oleh karena itu penulis perlu memonitor situasi dan karakter organisasi, kelebihan dan kelemahan organisasi serta mengetahui siapa dan apa yang dilakukan oleh organisasi lain (*competitor*). Data yang diperoleh dalam riset sederhana tersebut dijadikan sebagai bahan dalam melakukan pertimbangan dan pengolahan ide agar tercipta ide-ide/ strategi komunikasi baru yang kreatif dan segar. Contohnya seperti ide untuk menggunakan *buzzer/ influencer* yang tepat dan sesuai dengan misi/ karakter YCAB, ide pemilihan konten-konten acara yang menarik, ide strategi penulisan konten *internal release*, ide untuk *event* tertentu seperti *internal activation, media gathering* dan *community gathering*. Setelah menemukan ide/ strategi baru tersebut, penulis akan mendiskusikannya dengan beberapa orang untuk memperoleh masukan apakah ide/ strategi tersebut unik dan dapat terealisasi atau tidak.

Kedua, penulis juga melaksanakan fungsi *evaluative* dengan melakukan pengumpulan *feedback* sesuai program/ acara yang telah dilaksanakan organisasi. Pengumpulan *feedback* dilakukan dengan dua cara yaitu, menggunakan sarana *google forms* yang disebar kepada audiens dan menggunakan strategi komunikasi antar personal untuk berbaur kepada audiens dan menanyakan langsung tentang pendapat dan masukan dari mereka.

### 3.3.2 Media Relations

*Media relations* merupakan bagian dari aktivitas komunikasi PR untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi secara maksimal dan berimbang (Wardhani, 2008, h.9). Sebagai sebuah organisasi nonprofit/ NGO, YCAB Foundation memiliki dua fungsi utama yaitu fungsi operasional dan fungsi advokasi. Agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik dan stabil, tentunya organisasi akan membutuhkan

dukungan dari berbagai pihak seperti publik, pemerintah dan para donatur. *Media relations* yang terjalin baik tentunya berperan penting dalam mempermudah organisasi menentukan besar kecilnya usaha pencarian dukungan tersebut. Pengelolaan *Media relations* tersebut telah penulis laksanakan melalui kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

a. *Media Database*

Penulis menerima tugas dari *Media Specialist* untuk mengelola *media database*. Kegiatan tersebut antara lain, melakukan pengecekan kembali *database* media yang telah dimiliki organisasi, melakukan *follow up media* yang masih aktif dan sudah tidak aktif, melakukan riset *online* mengenai karakteristik dan kategori media/ jurnalis tertentu, mencari data informasi jurnalis atau redaksi dari media tertentu seperti *e-mail*, nomor telepon dan alamat kantor atau menelpon langsung ke redaksi, kemudian data-data baru tersebut digabung dengan *database* media yang sudah ada sebelumnya. Penyimpanan *database* media dilakukan dengan menggunakan *Excel sheet* dengan membagi *database* berdasarkan jenis medianya yaitu media cetak, televisi, radio dan *online*. Tujuannya adalah agar data dapat tersusun rapih dan mempermudah *Media Specialist* dalam mempergunakannya sesuai kebutuhan untuk melakukan kontak langsung/ bertukar informasi penting dengan media.

b. *Press Conference, Press Tour & Media Gathering*

*Media Relations* yang baik dapat terbentuk dengan adanya kedekatan organisasi dengan jurnalis/ reporter media, oleh karena itu jurnalis/ reporter media harus memiliki kemudahan dalam mengakses informasi tentang organisasi, baik itu tentang aktivitas organisasi, bagaimana organisasi dapat berdampak, siapa saja yang menjadi *icon* organisasi dan lain sebagainya. Tugas yang dilaksanakan oleh penulis yaitu menyusun serangkaian acara dan konten dalam *press conference*, *press tour* dan *media gathering*. Penulis dipercaya untuk melakukan penyesuaian konten seperti menyusun *talking points* untuk tokoh



pembicara, menyusun dan mengirimkan *media invitation* kepada jurnalis/ redaksi media, menyusun alur acara *presscon/ presstour/ media gathering*, mempersiapkan segala kebutuhan media (media kit) termasuk penulisan *press release* cetak & *online*, ketersediaanya *brochure* organisasi, dan kesesuaian isi *goodie bag & souvenir*.

c. *Online Media monitoring*

Penulis melakukan aktivitas *online media monitoring* sebagai sebuah tugas yang bersifat rutin. Selama penulis melakukan praktik magang di YCAB Foundation, telah terlaksana empat event besar yaitu launching program kerjasama CSR (*Corporate Social Responsibility*) Cirebon Power dengan YCAB Foundation, Pesta *gathering* YCAB 17an, *Annual Gala Dinner “Angel of Change”* dan *Steven’s Charity Run*. Keempat event besar ini masih terdiri lagi dari *event-event* kecil dan YCAB Foundation selalu melibatkan media dalam *event* tersebut, oleh karena itu penulis bertugas untuk melakukan *media monitoring* setiap sesuai event secara berkala. YCAB Foundation belum memiliki *software media monitoring* berbayar yang biasa dimiliki oleh perusahaan/ organisasi besar, oleh karena itu penulis melakukan kegiatan *online media monitoring* secara manual dengan melakukan *organic search* pada mesin pencari *Google* menggunakan *keyword* spesifik terkait *event* atau konten yang berkaitan. Setelah itu, setiap pemberitaan yang muncul mengenai organisasi/ *event* dicantumkan kedalam *excel sheet media monitoring* yang datanya berupa; Judul pemberitaan/ artikel, media penerbit, alamat *html*, *rating* dan juga *editorial value* dari pemberitaan tersebut.

d. *Media Clipping*

Pada saat melakukan praktik magang di YCAB Foundation, penulis tidak mendapat banyak peran untuk melakukan *media clipping* karena hampir keseluruhan *media monitoring* dilakukan secara *online*. Namun penulis sempat menerima tugas untuk melakukan *re-write* (penulisan

ulang) beberapa pemberitaan terbaru dan pemberitaan dari hasil *media clipping* tahun 2012 dan 2013 untuk memenuhi permintaan perekapan berita *media monitoring* yang dirasa kredibel oleh CEO YCAB Foundation.

Penulis telah melakukan kegiatan *media relations* kurang lebih selama tiga bulan yaitu dari akhir bulan Juli sampai dengan berakhirnya bulan September 2016. Hasil yang telah dicapai penulis selama melaksanakan kegiatan *media relations* secara bersinergi antara lain:

- 1) Menambah dan meng-*update database* media YCAB Foundation dari berjumlah 109 kontak informasi menjadi 168 kontak informasi.
- 2) Berhasil melibatkan minimal 10 media dalam setiap *event* besar yang berlangsung.
- 3) Memperoleh sebanyak 48 pemberitaan dari hasil *media monitoring* bulan Juli sampai dengan September 2016.
- 4) Telah menyelesaikan penulisan ulang sebanyak 13 berita/ artikel kredibel dalam rangka perekapan *media monitoring* organisasi.
- 5) Berhasil mendapatkan respons positif dari *Media Specialist* atas hasil kinerja penulis melakukan aktivitas *media relations*.

Dalam melaksanakan peran *media relations*, penulis bertanggung jawab menjaga konsistensi dan sinergi dari tiap-tiap kegiatan dalam *media relations* agar hubungan yang baik serta kedekatan organisasi dengan media dapat terbentuk dan mampu memberikan dorongan terhadap citra dan reputasi positif organisasi.

### 3.3.3 Online PR

Dalam buku *Cyber Public Relations—Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online: E-PR (Electronic Public Relations)*, Bob Julius Onggo menjelaskan bahwa *Cyber PR*, *Online PR*, atau *PR on the net*, merupakan bagian dari kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi.

Media internet dimanfaatkan oleh PR sebagai sarana untuk membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan publik terhadap organisasi (Julius, dikutip dalam Sudartama, 2012, para. 1). Memasuki era digital telah mendorong organisasi untuk memiliki sumber informasi yang praktis dan serba cepat, mudah diakses oleh publik serta dapat mendukung hubungan yang timbal balik (komunikasi dua arah) antara organisasi dengan publiknya. Dalam membangun komunikasi yang efektif, praktik *Online PR* di YCAB Foundation telah didukung oleh adanya *official website* yaitu [www.ycabfoundation.org](http://www.ycabfoundation.org) dan empat akun *official media sosial*: Facebook, Twitter, Instagram & Linked In.

*Online PR* dianggap sebagai strategi komunikasi yang efektif dalam memberikan segala informasi tentang organisasi. Tujuan utama dari *online PR* yaitu agar segala informasi dan aktivitas mengenai organisasi dapat tersampaikan dengan baik kepada seluruh lapisan *stakeholders* organisasi. Penulis telah melaksanakan peran *online PR* yang diwujudkan dalam tugas-tugas sebagai berikut. Pertama, penulis diminta untuk terjun langsung di lapangan mengikuti acara yang sedang berlangsung. Penulis melakukan observasi singkat untuk mencari hal-hal menarik dalam program/ *event* sebagai bahan penulisan konten *live (live update)* di akun media sosial YCAB.

Selain itu penulis juga melakukan pengambilan beberapa foto sebagai bentuk dukungan penulisan konten yang menarik perhatian pembaca, baik pembaca di akun sosial media ataupun pembaca *internal update & release* yang disebar melalui *e-mail*. Kedua, penulis melakukan pengecekan konten serta mengoreksi tata bahasa pada hasil *translate official website* YCAB Foundation dari Inggris ke Indonesia. Ketiga, penulis juga diminta untuk membuat *social media mapping* sebagai bahan untuk pengelolaan *digital asset* yang dimiliki oleh YCAB Foundation. Selama menjalankan fungsi *online PR*, penulis dipercaya untuk melakukan pembuatan konten *online* dengan tetap

mempertahankan kesesuaian dan keakuratan pesan yang ingin disampaikan oleh organisasi, dan mencegah kemungkinan terjadinya salah persepsi/ interpretasi ganda bagi pembaca. Hasil yang telah dicapai penulis selama melakukan aktivitas *online PR* antara lain:

- 1) Menyelesaikan tiga penulisan konten *internal release news & updates* dan telah disebar ke semua komponen internal organisasi.
- 2) Menyelesaikan penulisan konten untuk *live update social media* dalam tiga program/ *event* organisasi yang telah dilaksanakan.
- 3) Menyelesaikan proses pengecekan hasil *translation website YCAB Foundation* sebanyak 111 halaman.
- 4) Berhasil mendapatkan respons positif dari *Social Media Specialist* atas hasil kerja penulis melakukan aktivitas *online PR*.

#### 3.3.4 Event Management Support

Meskipun fokus utama penulis selama menjadi pekerja magang adalah mengelola *media relations*, penulis tetap mendapat kesempatan terlibat dalam melaksanakan fungsi *event management* pada kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan YCAB Foundation. Menurut Goldblatt (2013, h.12) *event management* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Tugas utama dari divisi komunikasi di YCAB Foundation yaitu untuk membangun dan mempertahankan komunikasi dan hubungan baik dengan internal dan eksternal *stakeholders* organisasi. Upaya-upaya dalam membangun komunikasi tersebut tentunya harus diwujudkan dengan berbagai bentuk, salah satunya yaitu dengan mengadakan *event*. Sebagai bagian dari divisi komunikasi, penulis ikut ambil bagian dalam membantu perencanaan dan pengelolaan *event-event* yang berlangsung di YCAB Foundation.

Tugas yang dilakukan oleh penulis antara lain, menyusun konten acara *press conference launching* program CSR CEP, menyusun konten acara YCAB 17an dalam rangka memperkuat *internal relationship* YCAB Foundations, menjadi bagian dari LO (*Liaison Organizer*) baik itu sebagai LO media, tokoh pembicara dan para peserta di event yang berbeda-beda. Memastikan seluruh perencanaan acara dapat berjalan dengan baik dan lancar, serta semua pihak yang terlibat dalam acara dapat mempunyai hubungan yang baik dengan organisasi.

Penjelasan di atas merupakan penjabaran dari seluruh tugas yang telah penulis laksanakan selama magang di YCAB Foundation. Tugas-tugas tersebut tentunya memiliki tujuan yang sesuai dengan ranah peran *Public Relations* yaitu menjaga konsistensi strategi komunikasi pada setiap aktivitas yang dilakukan oleh YCAB Foundation. Sandra Oliver (2007, h.3) mengungkapkan bahwa peran spesialis dari seorang PR yaitu memastikan konsistensi organisasi dalam penerapan strategi komunikasi secara menyeluruh. Konsistensi ini telah diwujudkan dengan kolaborasi bersama berbagai divisi organisasi seperti *Program Development*, *Design Creative*, *Partnership*, divisi kampanye dan divisi lain atau dengan melibatkan seluruh *stakeholder* organisasi.

Dari empat aktivitas yang penulis lakukan selama magang di Divisi Komunikasi YCAB Foundation, penulis lebih banyak mendapatkan porsi aktivitas yang berkaitan dengan bidang *media relations*. Hal ini telah membuat penulis memperoleh lebih banyak kesempatan dalam mempelajari dan terlibat pada aktivitas *media relations* secara lebih mendalam dibandingkan dengan ketiga aktivitas lainnya. Kemudian hasil dari aktivitas tersebut telah memberikan dampak positif bagi penulis khususnya bidang *media relations* sebagai berikut.

Pertama, melatih penulis dalam melakukan pengumpulan serta pengklasifikasian *Media Database*. Penulis telah memperoleh pengalaman

dalam mencari data serta mengetahui karakter dari wartawan, reporter, atau redaksi dari suatu media. Kedua, melatih penulis dalam melaksanakan kegiatan *Press Conference*, *Press Tour* dan *Media Gathering*. Penulis mendapatkan pengalaman untuk berinteraksi dengan media/ reporter/ wartawan seperti mengirikan undangan, melakukan *follow up* serta mempersiapkan segala keperluan media (*media kit*) seperti *goodie bag*, *souvenir*, penulisan *press release* hingga penulisan *talking points* untuk *Press Conference*.

Ketiga, penulis mendapat pengalaman dalam melakukan *Online Media Monitoring* terhadap pemberitaan-pemberitaan organisasi yang terbit secara *online* serta melakukan input pada *listing editorial value*. Dan yang keempat, penulis berkesempatan untuk melakukan penulisan ulang berita-berita kredibel tentang organisasi hasil media dari *media clipping* untuk diserahkan sesuai dengan permintaan CEO YCAB Foundation.

Selama melakukan praktik magang penulis melihat bahwa YCAB Foundation selalu melibatkan adanya partisipasi media hampir di setiap aktivitas/ *event* besar yang dilaksanakan oleh organisasi. Penulis sadar bahwa organisasi nonprofit seperti YCAB Foundation juga membutuhkan peranan penting dari media sama seperti perusahaan/ organisasi lain yang bersifat profit.

Peranan tersebut antara lain: media dapat membantu organisasi dalam memperoleh perhatian dan dukungan publik terhadap kampanye dan kegiatan organisasi lainnya, media dapat mendorong organisasi dalam memperoleh citra dan reputasi yang baik melalui pemberitaan yang positif, media dapat menjadi sarana untuk memonitor situasi yang dialami organisasi, dan juga media dapat berperan sebagai sarana untuk melakukan *branding* bagi organisasi. Berikut beberapa contoh hasil *media relations* berupa pemberitaan media terhadap aktivitas organisasi YCAB Foundation:



### 3.2 Gambar Pemberitaan CSR CEP & YCAB Foundation

## PROGRAM CSR: PLTU Cirebon Luncurkan Buku Teknologi Inovasi

Maman Abdurahman Rabu, 31/08/2016 13:15 WIB

f t G+ in e

LINTASKAN



Ilustrasi Antara

Bisnis.com, CIREBON-- PLTU Cirebon meluncurkan buku teknologi inovasi yang berisi tentang berbagai inovasi di dunia yang bermanfaat bagi kehidupan. Peluncuran buku tersebut merupakan bagian dari program CSR di bidang pendidikan.

## PLTU Launching Program Mobil Belajar



Foto: PLTU Cirebon bekerjasama dengan YCAB Foundation melaunching program CSR Mobil Belajar. @cirebonmedia/ bima

Cirebonmedia.com – Sebagai bentuk kepedulian terhadap masa depan bangsa, PLTU Cirebon bekerjasama dengan YCAB Foundation melaunching program CSR Mobil Belajar di Gedung Serbaguna Dinas Pendidikan Kabupaten Cirebon, Rabu (31/7). Launching yang dihadiri langsung oleh Bupati Kabupaten Cirebon Sunjaya Puradisastra, Presiden Direktur PLTU Cirebon Heru Dewanto, Sekjen Ycab Foundation Muhammad Farhan dan Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Cirebon Asduh Anwar. Mobil belajar yang digagas oleh PLTU Cirebon ini adalah bagian dari salah satu program CSR PLTU yang ingin menjangkau anak – anak usia dini mengenal untuk dapat mengenal teknologi dan inovasi melalui belajar komputer dan *story telling*.

Storytelling sendiri adalah sebuah metode yang akan membuat sebuah pembelajaran langsung masuk ke pikiran anak – anak. Dalam sambutannya, Sekjen YCAB Foundation Muhammad Farhan mengatakan dengan mobil belajar ini PLTU dan YCAB akan membangun anak – anak berkualitas di Kabupaten Cirebon dengan metode *story telling*. "Kita akan membangun anak – anak berkualitas dengan mobil belajar ini menggunakan metode *story telling* karena metode ini menjadi suatu media

### 3.3 Gambar Pemberitaan Kampanye “Cyber Bullying” YCAB Foundation

#### Lawmakers to Include ‘Cyber Bullying’ in Law Amendment

Posted On 25 Sep 2016 By: Leo Jegho 0 Comments Tag: Cyber Bullying, election, law, news, SARA, Social Media

There is a worry over an increase of cyber bullying using racial and religion issues in the upcoming 2017 regional elections.



Illustration of a session at the Indonesian House of Representatives. (Photo source: mediasultra.com)

Jakarta, GINews.com – Lawmakers are now in the process of amending Law No. 11/2008 on Electronic Information and Transactions so as to categorically include cyber bullying.

President Joko “Jokowi” Widodo in December 2015 submitted to the House of Representatives

#### Most youth unaware of cyberbullying

Arya Dipa  
The Jakarta Post

Bandung | Sat, September 3 2016 | 07:51 am



##### Topics

While young people are familiar with the internet and social media, that does not necessarily mean they are fully aware of the dangers of online activities, let alone of cyberbullying.

5

Share this article



Follow Us



A survey by Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB) showed 58 percent of young people between the ages of 12 and 21 in Indonesia were unaware of cyberbullying. The survey also found an average of one in eight young people were exposed to cyberbullying.

“Impacts from cyberbullying are serious. Pressure on the social life of young people is now greater. If they are not strong they could even commit suicide,” said YCAB secretary-general Muhammad Farhan during the Think Before You Share campaign in Bandung, West Java, on Wednesday.

The finding was based on analysis of raw data from the Central Statistics Agency from 2006 to 2014, he added.

In February 2016, UK-based social marketing agency We Are Social announced that there were 88.1 million internet users in Indonesia and 79 million of them used Facebook.

Similar data was also released by the Indonesia Internet Service Provider Association.

The biggest number of Facebook users, 35 million people, are in the 20- to 29-

### 3.4 Gambar Pemberitaan Tentang Organisasi YCAB Foundation

Yayasan Cinta Anak Bangsa atau kini disebut YCAB Foundation mulai mendapat posisi di kancah internasional. Organisasi Non Pemerintah yang berdiri sejak tahun 1989 ini baru saja menduduki peringkat 49 dalam TOP 500 NGOs dunia. Torehan ini naik dari posisi 63 yang dicapainya pada tahun 2014 dan posisi 74 pada tahun 2013.

Bisnis.com: JAKARTA—Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB) Foundation mendapatkan apresiasi tingkat internasional dengan meraih peringkat #49 TOP 500 NGOs tingkat dunia tahun ini.

CEO dan Founder YCAB Foundation Veronica Colondam mengungkapkan peringkat YCAB Foundation itu naik dari peringkat #63 di 2014 lalu. Komitmen YCAB Foundation untuk dapat memberikan dampak yang lebih besar kepada anak muda pra-sejahtera di Indonesia dan dibuktikan dengan mulai masuk Top 500 NGOs tahun 2013 di peringkat #74.

Semakin banyak masyarakat yang tahu tentang keberadaan dan kegiatan organisasi, maka semakin banyak pula hal yang bisa diupayakan organisasi untuk memenuhi kebutuhan pelayanan publik seperti mempermudah dalam



pencarian dana/ donatur, *investor*, *volunteer* dan juga calon penerima sarana/ *beneficiaries* organisasi.

Selama melakukan praktik magang di YCAB Foundations, penulis mendapati adanya perbedaan pengalaman yang didapat oleh penulis dengan pengalaman rekan sekawan mahasiswa yang praktik magang di perusahaan atau organisasi profit. Perbedaan tersebut antara lain, kebanyakan mahasiswa yang melakukan praktik magang di perusahaan atau organisasi profit besar biasanya hanya mendapatkan pengalaman yang terbatas pada suatu *jobdesk/* fungsi tertentu saja, contoh seperti fokus pada *media relations* saja, *social media* atau CRM saja. Struktur divisi yang besar dan luas cakupannya memungkinkan para pekerja magang difokuskan pada satu atau dua *jobdesk* tertentu, sehingga memberikan pengetahuan dan hasil yang lebih mendalam akan bidang tersebut. Berbeda dengan pengalaman yang penulis dapatkan di YCAB Foundation. Penulis berkesempatan untuk menjalankan banyak fungsi dan *jobdesk* yang berbeda-beda serta lebih bervariasi dari rekan mahasiswa magang lainnya, contoh seperti *media relations*, *online PR*, fungsi strategis PR, *event management*, dan lain sebagainya. Namun, pengalaman penulis pada bidang-bidang tersebut tidaklah sedalam yang diperoleh oleh rekan mahasiswa lain yang magang di perusahaan atau organisasi lainnya.

Dalam melaksanakan praktik magang, penulis sempat menghadapi sedikit kendala yaitu adanya *overlapping* tugas antar bagian divisi yang tidak sesuai dengan fungsi *jobdesk* utama anggota. Namun, dengan adanya bimbingan dan keterbukaan untuk bertanya oleh anggota organisasi baik dari dalam divisi komunikasi maupun anggota luar divisi komunikasi, maka kendala dapat teratasi dan penulis mampu untuk menyelesaikan praktik magang di YCAB Foundation dengan baik. Selain itu iklim organisasi yang nyaman, serta bantuan dari berbagai pihak dalam organisasi juga mendukung penulis dalam memperkaya pengetahuan akan aktivitas PR pada organisasi nonprofit/ NGO YCAB Foundation.