



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

Penulis sebagai *intern* yang bertugas membantu beberapa tim konsultan menyelesaikan pekerjaan untuk klien tertentu memiliki posisi di bawah para *associate*. Dalam keseharian penulis memiliki sejumlah pekerjaan rutin yang telah ditetapkan pada awal mulai kerja dan dilaporkan melalui *email* kepada *associate* terkait. Jika terdapat pekerjaan di luar hal tersebut, maka *associate* dapat menyampaikan tugas kepada penulis melalui *email*, pesan singkat, atau secara langsung.

Tanggung jawab secara khusus penulis ialah untuk membantu tim Carousell. Tim ini terdiri dari satu orang *account director* (Tanya Tresnasari), satu orang *account manager* (Farid Syahputra), satu orang *senior associate* (Shima Parawathy), dan satu orang *associate* (Shereena Ruby).

Selama praktik kerja magang penulis memiliki pembimbing lapangan yaitu Farid Syahputra dengan jabatan *account manager* yang juga tergabung dalam tim Carousell. Pembimbing lapangan berkoordinasi dengan penulis mengenai pekerjaan yang perlu diselesaikan dan menilai kinerja penulis untuk dilaporkan ke pihak universitas. Selain dengan pembimbing lapangan, penulis juga sering berkoordinasi dengan Shima Parawathy sebagai *project leader*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan kerja magang penulis banyak melakukan pekerjaan *media relations* seperti *media monitoring harian*, membantu pekerjaan harian untuk klien tertentu, mengorganisasi hal administrasi untuk klien seperti laporan, mengirim undangan media, dan *follow up*, senantiasa memperbaharui *database* media yang dibutuhkan, dan melakukan *desktop research* untuk hal yang berhubungan dengan klien.

Pekerjaan harian yang dimaksud dapat berupa persiapan *event*, membuat transkrip dari rekaman yang berhubungan dengan klien, menghubungi *vendor*

yang dibutuhkan terkait jasa untuk klien, dan juga menjaga meja registrasi media pada saat acara berlangsung. Persiapan *event* meliputi mempersiapkan media kit berisi *press release*, *fact sheet*, dan hal terkait lainnya seperti brosur atau *merchandise*, membuat *media attendance list*, menyiapkan peralatan seperti alat tulis, kamera, *voice recorder*, dan *projector*. Sedangkan untuk kebutuhan menghubungi *vendor* dapat berupa *event organizer* mitra, jasa transportasi, akomodasi, atau transportasi untuk keperluan acara dan agensi berlangganan media cetak untuk memesan eksemplar khusus di luar kiriman langganan rutin ke kantor.

Selain itu, *handover process* atau proses pindah tangan pekerjaan menjadi tanggung jawab *intern* menjabat untuk mengajarkan *intern* berikutnya menjelang pergantian periode. Penulis juga pernah mengikuti dua *sharing session* yang dilakukan pihak internal perusahaan untuk berdiskusi mengenai praktik topik *public relations* tertentu, seperti *media relations and strategy*, dan *crisis management*.

Hampir semua materi yang dikerjakan penulis dibuat dalam Bahasa Inggris. Untuk menunjang kinerja, terdapat fasilitas di kantor yang dapat digunakan penulis sebagai *intern* seperti perangkat komputer *desktop* bagi setiap orang, jaringan *internet*, mesin *fotocopy*, *scanner*, telepon, dan mesin fax.

Berikut terdapat *timeline* mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama kerja magang. Untuk minggu pertama bulan Juli 2016 tidak dicantumkan karena merupakan libur cuti bersama yang telah ditetapkan perusahaan.

Tabel 3.1 *Timeline* Pekerjaan yang Dilakukan Penulis Selama Kerja Magang

No.	Ruang Lingkup	Kegiatan	Juni		Juli				Agustus					September				
			IV	II	III	IV	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV			
1	Media Relations	Daily Media Monitoring																
2		Weekly Report																
3		Monthly Report																
4		Media Coverage Report																
5		Menghitung PR Value																
6		Memperbaharui Media Database																
7		Memperbaharui Medialist																
8		Desktop Research																
9		Membantu dalam Event																

Selain itu di bawah ini juga terdapat tabel berisi daftar pekerjaan yang dilakukan penulis setiap minggunya selama kerja magang.

Tabel 3.2 Daftar Pekerjaan yang Dilakukan Penulis Selama Kerja Magang

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1 (27 Juni – 1 Juli 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Handover process</i> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Post event coverage Carousell (Media Breakfasting 2016)</i> - <i>Desktop research MSD</i> - <i>Sharing session “Media Relations and Strategy”</i>
2 (11 – 15 Juli 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Monthly report Carousell</i>
3 (18 – 22 Juli 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Sharing session “Crisis Management”</i>
4 (25 – 29 Juli 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Persiapan event Sanofi (Seminar Media “Partnership for Diabetes Control in Indonesia”)</i>
5 (1 – 5 Agustus 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Desktop research UTS: Insearch</i> - <i>Persiapan event GGV (Media Interview with Alodokter)</i>
6 (8 – 12 Agustus 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i>
7	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i>

(15 – 19 Agustus 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Weekly report Carousell</i>
8 (22 – 26 Agustus 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i>
9 (29 Agustus – 2 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Monthly report Carousell</i> - <i>Persiapan event Carousell (Video Conference with Tech Team)</i> - <i>Post event coverage GGV (Media Interview with Alodokter)</i>
10 (5 – 9 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i>
11 (12 – 16 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Persiapan event GGV (Media Interview with Jojonomic)</i>
12 (19 – 23 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Weekly report Carousell</i> - <i>Update Carousell Top 20 Media List</i> - <i>Memperbaharui Media Database</i>
13 (26 – 27 September 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily media monitoring</i> - <i>Post event coverage Carousell (Video Conference with Tech Team)</i> - <i>Post event coverage GGV (Media Interview with Jojonomic)</i> - <i>Handover process</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Dalam keseharian penulis bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan yang mayoritas termasuk kegiatan *media relations* pada tim Carousell. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa penulis juga diminta membantu menyelesaikan pekerjaan klien lainnya. Khusus untuk Carousell, penulis membantu tim untuk melakukan *media monitoring* harian, menghubungi *vendor* akomodasi, mempersiapkan hal administrasi laporan mingguan, laporan bulanan dan laporan *media coverage*, menghitung PR *value*, membuat *media list*, dan membantu dalam *event*. Sedangkan untuk klien lainnya seperti Golden Gate Ventures (GGV), Sanofi, UTS: Insearch, dan Merck, Sharp, and Dhome (MSD), penulis pernah membantu melakukan *media monitoring* harian, menyelesaikan pekerjaan harian, mengorganisasi hal administrasi, memperbaharui *media database*, melakukan *desktop research*, dan membantu dalam *event*.

Dari sejumlah pekerjaan *media relations* yang dilakukan penulis bersama *intern* lainnya terdapat beberapa di antaranya dikerjakan untuk Golin dan juga Weber Shandwick Indonesia, seperti *media monitoring* untuk media cetak dan memperbaharui *media database*. Hal ini dilakukan dengan maksud efisiensi pada kedua konsultan PR yang merupakan sesama anak perusahaan dalam naungan PT Interpublic Group of Companies Indonesia dengan keadaan ruang kantor bersebelahan pada lantai yang sama. Namun, informasi menadalam antarklien pada kedua konsultan PR dibatasi untuk didistribusikan silang.

Penjelasan dari kegiatan *media relations* yang penulis lakukan ialah sebagai berikut:

1. *Media monitoring* harian

Daily media monitoring atau *media monitoring* harian merupakan aktivitas memantau pemberitaan dalam media baik cetak maupun *online* mengenai pemberitaan klien, isu yang berhubungan dengan klien, ataupun perkembangan tren dalam rubrik tertentu. Dalam melakukan *media monitoring* untuk klien,

pedoman yang digunakan ialah daftar *keyword* atau kata kunci mengenai hal-hal yang dicari dalam berita. Untuk meningkatkan efisiensi kerja dalam melakukan *media monitoring*, maka penulis diminta untuk mengingat semua *keyword* dan membaca cepat atau *skimming*.

Selama praktik kerja magang setiap hari penulis melakukan *media monitoring* harian untuk media cetak bersama *intern* lainnya untuk klien Golin dan Weber Shandwick Indonesia. *Media monitoring* harian untuk media cetak meliputi surat kabar dan majalah. Kegiatan yang perlu diselesaikan lebih dulu ialah *media monitoring* surat kabar di pagi hari. Sedangkan untuk majalah dapat diselesaikan pada sore hari.

Kegiatan *media monitoring* surat kabar dimulai jam 07.00 setelah kurir mengantar media cetak pada hari tersebut dan selesai pada jam 09.00. Dalam *media monitoring* harian surat kabar, setiap artikel berita yang mengandung *keyword* perlu diberi kode agar memudahkan pada proses selanjutnya yaitu *fotocopy* artikel berita. Kode yang dimaksud berisi informasi nama klien, nama surat kabar, tanggal terbit, halaman, dan nama rubrik. Proses *fotocopy* menjadi tanggung jawab *intern* untuk melakukannya secara individu menggunakan mesin milik kantor. Setelah artikel digandakan, maka hasil penggandaan akan digolongkan menurut nama klien dan pada waktunya akan didistribusikan kepada *associate* terkait.

Sedangkan untuk majalah, kode pada majalah cukup dituliskan pada catatan kecil yang ditempelkan di halaman sampul dengan informasi nama klien dan halaman serta tidak perlu digandakan.

Tim *intern* terbagi menjadi dua dalam melakukan *media monitoring* harian untuk surat kabar, yakni *first tier* dan *second tier*. *First tier* ialah kelompok surat kabar yang lebih diutamakan dengan kecenderungan isi *hardnews*, ekonomi, ataupun memiliki cakupan area nasional luas yang diberikan satu

eksemplar untuk setiap *intern*. Dalam tim *first tier* terdapat sistem pengecekan kembali surat kabar teman satu kelompok untuk menghindari kesalahan yang disebut *second eye*. *Second tier* ialah kelompok surat kabar lainnya dengan perbandingan *softnews* terkadang sama banyak dengan *hardnews* dan daerah cakupan lebih sempit atau merupakan surat kabar daerah yang dapat diberikan dua atau lebih eksemplar kepada setiap *intern*. Hanya pada hari Senin, *intern menerima* eksemplar lebih banyak dari hari lainnya karena muatan tertunda dari Sabtu dan Minggu pada saat kantor tidak beroperasi.

Berikut merupakan daftar media cetak dalam kegiatan *media monitoring*.

Tabel 3.3 Daftar Media Cetak Dalam *Media Monitoring*

No.	Jenis Media	Kategori	Nama Media
1	Surat Kabar	<i>First Tier</i>	Bisnis Indonesia
2			Investor Daily
3			Kompas
4			Kontan
5			The Jakarta Post
6			Koran Tempo
7			Koran Sindo
8			Media Indonesia
9			Indopos
10		Jawa Pos	
11		Koran Jakarta	<i>Second Tier</i>
12		Neraca	
13		Pelita	
14		Pikiran Rakyat	
15		Rakyat Merdeka	
16		Republika	
17		Sinar Harapan	
18		Suara Pembaruan	
19		Warta Kota	
20	Majalah	<i>Aviation</i>	
21			Angkasa
22			Aviasi

23		Ascomaxx	
24		Auto Expert	
25		AutoBild	
26		AutoCar	
27		Car & Tuning Guide	
28		Car Review	
29	<i>Automotive</i>	Cars	
30		Carvaganza	
31		Jip	
32		MobilMotor	
33		Modifikasi Plus	
34		Motor	
35		Motor Trend	
36		<i>Economy & Marketing</i>	Forbes
37			Fortune
38			Globe
39	InfoBank		
40	Investor		
41	Market+		
42	Merketeers		
43	Marketing		
44	Swa		
45	Warta Ekonomi		
46	<i>IT & Gadget</i>	Chip	
47		Gadget+	
48		HWM	
49		Info Komputer	
50		PC Plus	
51		T3	
52	<i>Lifestyle</i>	Techlife	
53		Asri	
54		Cleo	
55		Cosmopolitan	
56		Daman	
57		DestinAsian	
58		Dewi	
59		Elle	
60		Esquire	
61		Female	
62	Femina		

63		Good Housekeeping
64		Grazia
65		Griya Asri
66		Harper's Bazaar
67		Herworld
68		High End
69		Housing Estate
70		iDea
71		Indonesia Tatler
72		InStyle
73		Joy
74		Marie Claire
75		Men's Folio
76		Nylo
77		Pesona
78		Prestige
79		Registry
80		Sindo
81		Trax
82		AyahBunda
83	<i>Parenting</i>	Mother & Baby
84		Parenting
85		Dokter Kita
86		Farmacia
87	<i>Sport & Health</i>	Fitness for Men
88		Healthy Life
89		Men's Health
90		Nirmala
91		Women's Health
92		Cosmogirl
93		Gadis
94	<i>Teen & Education</i>	GoGirl
95		Hai
96		High End Teen
97		Kawanku
98		Nylon
99		Gatra
100	<i>Other</i>	Tempo
101		Tempo English
102	Tabloid	<i>Automotive</i> Otomotif

103	<i>Economy</i>	Kontan
104		Pulsa
105		Selular
106	<i>IT & Gadget</i>	Sinyal
107		Bintang
108		Genie
109		Nova
110	<i>Lifestyle</i>	Wanita Indonesia
111		Mom & Kiddie
112		Nakita
	<i>Parenting</i>	

Kemudian *media monitoring* untuk media *online* dilakukan setiap *intern* berdasarkan klien yang menjadi tanggung jawabnya. Untuk Carousell, penulis melakukan *media monitoring* untuk media *online* sesuai dengan *keyword* yang ditentukan seputar *brand* tersebut, kompetitor, perkembangan industri, dan kebijakan pemerintah terkait. Proses pencarian berita dilakukan dengan menggunakan *search engine* Google melalui aplikasi *browser* pada komputer *desktop*. Kemudian pengaturan diatur untuk menyaring berita dari *website* Indonesia saja dan rentang tanggal yang diinginkan.

Berbeda dengan *media monitoring* harian media cetak, untuk media *online* artikel berita cukup dicatat dengan kode berisi informasi nama media, judul artikel, dan tanggal terbit artikel serta diberi *hyperlink* alamat artikel tersebut. Hal ini ditulis pada lembar kerja program olah tulisan, dalam hal ini penulis menggunakan Microsoft Word.

Setelah melakukan *media monitoring*, penulis membuat laporan harian untuk dikirimkan kepada tim Carousell mengenai berita media cetak dan *online* yang ditemukan pada hari bersangkutan melalui *email*. Laporan tersebut berisi rangkuman singkat mengenai keseluruhan berita, kode artikel, dan ringkasan isi berita berdasarkan topik pembahasannya. Laporan ditulis di

dalam badan *email* yang sebelumnya sudah dikerjakan dalam program olah kata. Hal ini juga merupakan penyimpanan dokumen dan menghindari kesalahan saat mengirim *email*. Jika terdapat artikel dari media cetak, maka hasil *scan* disertakan sebagai lampiran dalam *email*. Waktu tenggat untuk pekerjaan ini ialah jam 14.00.

2. Membuat laporan mingguan

Weekly report atau laporan mingguan untuk Carousell perlu diselesaikan oleh penulis untuk dikirimkan setiap hari Jumat jam 16.00 melalui *email* kepada tim. Laporan ini berisi pencatatan dan penghitungan jumlah artikel, *Ad value*, *media impression*, dan *PR value* selama satu minggu beserta kode artikel yang dikerjakan pada program olah angka, dalam hal ini penulis menggunakan Microsoft Excel.

Penyajian dalam laporan dibagi menjadi dua. Pertama, kelompok berita dengan golongan proaktif yaitu artikel yang merupakan hasil *coverage* media akan Carousell berdasarkan inisiatif konsultan PR atas nama *brand* seperti *pitching* berita, peliputan acara, ataupun wawancara dengan media. Kedua, kelompok berita yang membahas Carousell secara organik dan berita lainnya dalam daftar *keyword*.

Keseluruhan laporan dikirimkan dalam bentuk *file* Microsoft Excel dalam lampiran atau *attachment*. Sedangkan rangkuman mengenai jumlah berita yang ditemukan dituliskan pada badan *email*.

3. Membuat laporan bulanan

Monthly report atau laporan bulanan untuk Carousell perlu diselesaikan penulis setiap akhir bulan untuk memuat hasil pencatatan *media monitoring* selama satu bulan serta *share of*

voice dengan batas waktu sampai tanggal 11 bulan baru. Perolehan data pencatatan *media monitoring* selama satu bulan dapat digabungkan dari *weekly report* yang sudah dibuat dan disajikan dalam satu *file* Microsoft Excel. Kemudian dalam *file* lain berisi data *share of voice*.

Maksud dari *share of voice* ialah untuk melihat seberapa banyak suatu *brand* dibicarakan khalayak, khususnya dalam hal ini media. Terdapat tiga bagian pada laporan ini termasuk *share of voice* Carousell, *share of voice* kompetitor, dan *social share*. Jumlah *share of voice* yang dicantumkan merupakan angka banyaknya artikel yang dimuat di media dalam Carousell *Top 20 Media List*. Pada bagian *share of voice* untuk Carousell yang dihitung ialah jumlah artikel organik dan *share of voice* kompetitor termasuk keduanya baik artikel proaktif maupun organik.

Sedangkan pada bagian *social share* dalam laporan ini memuat jumlah *link* yang dibagikan dalam media sosial untuk artikel proaktif Carousell pada media *online* saja. Penulis dapat memperoleh angka tersebut dengan mengecek *link* artikel-artikel berita terkait dalam situs Buzzsumo.com. Setelah *link* suatu artikel berita diinput, maka angka yang menunjukkan jumlah *share* berdasarkan kategori media sosial seperti Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+.

4. Membuat *media coverage report*

Media coverage report atau laporan hasil liputan media merupakan gabungan dari kegiatan kliping dan menghitung PR *value*. Manfaat laporan ini ialah untuk sebagai rekap atas aktivitas media proaktif yang dilakukan untuk klien seperti *pitching* berita, peliputan acara, ataupun wawancara dengan media yang dimuat atau terbit dalam media.

Laporan ini dibuat dalam program olah kata, dalam hal ini Microsoft Word, yang terdiri dari dua bagian yaitu tabel keseluruhan dan klipring per artikel. Dalam tabel keseluruhan terdapat gabungan informasi terkait semua judul artikel, nama media, tipe media, tanggal, *media impression*, *Ad value*, *PR value*. Sedangkan pada bagian klipring per artikel terdapat informasi seperti pada tabel disertai potret artikel dalam media dan ringkasan isi berita yang disajikan satu per satu. Potret artikel dalam media cetak diperoleh dari hasil *scan* dan jika dari media *online* menggunakan fasilitas *screenshot* pada komputer.

Media coverage report selain dibutuhkan secara individu, dapat pula digunakan dalam *post event report* untuk menganalisis suatu kegiatan *media relations* yang telah dilakukan. Dalam *post event report* atau laporan paska acara terdapat penjelasan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, sampai saran untuk kegiatan selanjutnya. Biasanya penulis diminta untuk mempersiapkan bagian pencantuman *media attendance list*, *media coverage*, dan *questions asked*. Pada bagian *media attendance list* terdapat daftar jurnalis dari media mana saja yang datang dan menuliskan kehadirannya pada daftar hadir saat acara berlangsung. Sedangkan dalam *question asked* berisi daftar pertanyaan jurnalis pada sesi tanya jawab saat acara yang dapat digunakan sebagai ide *pitching* berita ke depannya. Pertanyaan ini dapat diperoleh dari transkrip atas hasil rekaman selama acara berlangsung dalam *voice recorder* milik kantor.

5. Menghitung *PR value*

PR value atau nilai PR ialah metode yang digunakan untuk menghitung kuantitas suatu kegiatan PR yang dilakukan. Dalam kegiatan *media relations*, hal yang dapat dihitung ialah nilai suatu berita dimuat dalam media. Pada kesempatan ini penulis mendapat pengalaman untuk menghitung *PR value* untuk berita

yang dimuat dalam media cetak dan *online* menurut rumus yang dipakai Golin Indonesia.

Di bawah ini merupakan rumus untuk menghitung *PR value*.

$$\mathbf{PR\ Value = 3 \times Ad\ Value}$$

Advertising value sering juga disebut *ad value* atau nilai iklan. Nilai di sini bukan berarti benar-benar menghitung harga pemasangan material komunikasi iklan, melainkan ekuivalensi nilai sebuah ruang iklan yang dipakai untuk artikel berita terkait. *Ad value* memiliki cara penghitungan yang berbeda untuk media cetak dan *online*.

Berikut merupakan rumus untuk menghitung *ad value* pada media cetak yang dibedakan berdasarkan jenisnya.

***Ad Value* surat kabar:**

Panjang artikel (mm) x jumlah kolom x *Ad rate*

***Ad Value* majalah atau tabloid:**

Ukuran artikel (1 atau 1/4 atau 1/2 atau 3/4 halaman) x *Ad rate*

Informasi *ad rate* dalam rumus *ad value* untuk media cetak dapat dilihat dalam *media database* yang dimiliki Golin Indonesia. Sedangkan untuk menghitung *ad value* media *online* lebih sederhana karena nilainya sama dengan *ad rate* yang dimilikinya.

Rumus perhitungan *ad value* untuk media *online* dapat diperhatikan seperti di bawah ini.

$$\mathbf{Ad\ Value\ media\ online = Ad\ Rate\ media\ online}$$

Ad rate untuk media *online* sudah ada pengelompokan nilai yang diperkirakan secara umum oleh Golin Indonesia berdasarkan jumlah *pageview* sebagai berikut:

- *Pageview* 0 – 500 → *Ad rate* = IDR 5.000.000
- *Pageview* 501 – 10.000 → *Ad rate* = IDR 10.000.000
- *Pageview* > 10.000 → *Ad rate* = IDR 15.000.000

Jumlah *pageview* media *online* penulis peroleh melalui informasi pada situs kalkulasi untuk halaman *web* seperti Websiteoutlook.com atau Hypestat.com.

Di samping menghitung *PR value* dan *ad value*, penulis juga diminta untuk menghitung *media impression* atau impresi media. Ini maksudnya ialah jumlah orang yang melihat media tersebut dalam satu kali terbit. Rumus perhitungan *media impression* untuk media cetak dan *online* sama.

Berikut merupakan rumus untuk menghitung *media impression*.

<i>Media Impression:</i> Sirkulasi x Poin Media
--

Nilai/Poin Media:

Surat kabar : 2,5

Majalah atau Tabloid : 3,3

Online: 1

Informasi mengenai sirkulasi media cetak seperti surat kabar dan majalah atau tabloid dapat dilihat pada *media database* Golin Indonesia. Jika data tersebut belum ada, maka informasi dapat dicari dengan *browsing* atau menanyakan ke pihak media khususnya bagian sirkulasi. Biasanya pihak media dapat ditanyakan melalui telepon ataupun *email*. Sedangkan sirkulasi media *online* berarti sama saja dengan *pageview* yang dapat

dilihat dalam situs kalkulasi untuk halaman *web* seperti Websiteoutlook.com atau Hypestat.com.

6. Memperbaharui *media database*

Media database merupakan daftar berisi informasi mengenai media yang mencakup nama media, jenis media, alamat, nomor telepon dan fax, alamat *email* redaksi, *ad rate*, dan sirkulasi. Jika memungkinkan terdapat juga informasi mengenai *contact person* yang biasanya ialah salah seorang jurnalis dalam media tersebut. Data ini biasa digunakan Golin dan Weber Shandwick Indonesia dalam melakukan kegiatan *media relations* seperti mengirim undangan media ataupun *press release* kepada media serta menghitung *PR value*.

Kebanyakan di dalam *media database* memuat informasi media cetak dibandingkan *online* ataupun elektronik seperti TV dan radio. Data yang disajikan masuk ke dalam pengelompokan berdasarkan jenis dan segmen media. Dalam pengelompokan berdasarkan jenis terdapat *dailies* atau media cetak, *online*, dan TV dan radio. Sedangkan dalam pengelompokan berdasarkan segmen terdapat diantaranya seperti *automotive*, *economy and business*, *lifestyle*, *parenting*, dan *teen and aducation*.

Memperbaharui *media database* merupakan tugas tim *intern*. Kegiatan memperbaharui *media database* tidak selalu menentu. Biasanya *office manager* menjadi orang yang memberitahu waktu untuk melakukannya sesuai kebutuhan di dalam konsultan dan menunjuk salah seorang *intern* menjadi koordinator. Koordinator bertugas membagi jumlah media yang perlu diperbaharui informasinya oleh setiap *intern*, merapikan himpunan keseluruhan data, dan memberikan kepada *office manager* untuk proses distribusi. *File media database* ini akan dimasukkan ke dalam *sharing folder* perusahaan dan disimpan

dengan format
“Database_NamaKoordinator_TanggalMemperbaharui”.

Terdapat beberapa cara untuk memperbaharui informasi dalam *media database*. Pertama, informasi dapat dicari dalam internet menggunakan *search engine* yang dapat dikonfirmasi dengan menghubungi nomor telepon tertera. Kedua, melihat informasi pada bagian biodata media. Pada media cetak terdapat di bagian redaksional bagian depan dan jika media *online* biasanya terdapat pada halaman tentang kami atau *about us*. Serta ketiga, alternatif mencari dapat menghubungi pusat informasi seperti Telkom pada *hotline* untuk menanyakan nomor telepon dan alamat.

7. Memperbaharui *media list*

Hampir sama dengan *media database*, informasi dalam *media list* digunakan untuk kegiatan *media relations* seperti mengirim undangan media ataupun *press release* kepada media serta menghitung *PR value*. Perbedaannya terletak pada banyak media didalamnya. Jumlah media dalam *media list* lebih sedikit dibandingkan dalam *media database*. Ini dikarenakan *media list* merupakan daftar hasil sortir media yang menjadi sasaran utama kegiatan *media relations* tertentu berdasarkan masing-masing klien dari *media database* ataupun media di luarnya. Informasi dalam *media list* mencakup nama media, jenis media, alamat, nomor telepon dan fax, alamat *email* redaksi, *ad rate*, sirkulasi, dan ditambah informasi kontak jurnalis.

Isi informasi kontak jurnalis meliputi nama jurnalis, asal nama media, alamat email, dan nomor telepon. Hal tersebut dapat diperoleh dari *media attendance list* yang diisi para jurnalis saat meliput acara klien. Dengan informasi kontak jurnalis dapat memudahkan tim konsultan PR dalam menyampaikan materi

media relations kepada rekan media secara langsung tanpa menunggu proses distribusi berita yang lebih lama jika melalui redaksi.

Media list dapat diperbaharui dengan beberapa cara seperti mengambil data dari *media database* terbaru, mencari informasi media dalam *internet* atau melihat pada eksemplar terbaru, dan senantiasa menginput data dari *media attendance list*.

Carousell memiliki *media list* berisi 20 media yang ditujunya dengan sebutan Carousell *Top 20 Media List*. Berikut merupakan daftar media tersebut.

Tabel 3.4 Carousell *Top 20 Media List*

NO	CATEGORY	PUBLICATION	TYPE
1	Lifestyle	Gadis	Monthly Magazine
2	Lifestyle	GoGirl	Monthly Magazine
3	Lifestyle	Fimela	Online
4	News	Kompas	Newspaper
5	News	Koran Sindo	Newspaper
6	News	The Jakarta Post	Newspaper
7	News	Media Indonesia	Newspaper
8	News	Bisnis Indonesia	Newspaper
9	Lifestyle	CLEO	Monthly Magazine
10	News	Koran Tempo	Newspaper
11	Lifestyle	Cosmo Girl	Monthly Magazine
12	Lifestyle	HAI	Weekly Magazine
13	Lifestyle	ELLE	Monthly Magazine
14	Lifestyle	Cita Cinta	Monthly Magazine
15	News	Okezone.com	Online
16	News	Kompas.com	Online
17	News	Liputan6.com	Online
18	News	Sindonews.com	Online
19	Lifestyle	Wolipop.com	Online
20	Marketing	SWA	Monthly Magazine

8. Melakukan *desktop research*

Kegiatan *desktop research* merupakan kegiatan riset sederhana yang dilakukan penulis untuk mencari tahu informasi mengenai hal yang dibutuhkan untuk keperluan klien menggunakan komputer *desktop*. Informasi yang dicari bisa diakses dengan bantuan *search engine* dalam jaringan *internet* melalui aplikasi *browser*. Sumbernya bisa berasal dari artikel berita, situs resmi seseorang atau suatu badan, video, blog, ataupun media sosial.

Dalam penugasan untuk *desktop research*, penulis akan diminta salah seorang *senior associates* atau *associates* untuk mencari informasi seputar topik tertentu tanpa *keyword* spesifik. Sehingga penulis dapat seluas-luasnya menggunakan kemungkinan *keyword* guna memperoleh informasi yang diinginkan. Setelah pencarian dilakukan, maka informasi akan dicatat pada lembar kerja program olah kata seperti Microsoft Word. Informasi dapat disampaikan dalam badan *email* ataupun dikirim dalam bentuk *attachment*. Jika sampai waktu tenggat yang diberikan informasi yang dicari masih sulit didapat, maka penulis akan berkoordinasi dengan pemberi tugas untuk memutuskan berhenti atau melanjutkannya.

Selama praktik kerja magang penulis pernah membantu dua tim klien, yakni MSD dan UTS: Insearch. Untuk MSD penulis mencari informasi untuk keperluan *pitching* ide kepada klien. Sedangkan untuk UTS: Insearch penulis mencari data sebagai penguat argumen dalam *press release* yang dibuat.

9. Membantu dalam *event*

Event atau acara dalam lingkup *media relations* dapat berupa *press conference*, *media interview*, *media visit*, *company visit*, dan *media gathering*. Berjalannya suatu *event* dapat dibagi menjadi tiga tahapan yaitu sebelum acara, saat pelaksanaan

acara, dan sesudah acara. Untuk mendukung kelancaran, dalam setiap tahapan terdapat hal teknis yang perlu dipersiapkan.

Saat sebelum acara hal yang perlu dipersiapkan mencakup membuat *media list*, mengirim undangan, melakukan *follow up*, menghubungi *vendor* yang dibutuhkan, menyiapkan *brief document*, membuat *media attendance list* serta menyiapkan *media kit* dan perlengkapan pendukung. *Media kit* yang dimaksud termasuk *press release*, lembar informasi pendukung, *merchandise*, dan *goodie bag*. Sedangkan perlengkapan pendukung yang dibutuhkan berupa *stationery*, kamera, *voice recorder*, *printer*, kertas, papan petunjuk meja registrasi, dan *fish bowl* untuk tempat kartu nama jurnalis. Agar lebih mudah untuk dibawa, biasanya barang-barang yang dibutuhkan dimasukkan ke dalam sebuah koper.

Kemudian pada saat pelaksanaan acara keperluannya berupa mengecek keadaan tempat acara berlangsung, menyiapkan dan menjaga meja registrasi, melakukan *briefing* pembicara, dan berinteraksi dengan jurnalis. Serta sesudah acara kegiatannya termasuk melakukan *input* data pada *media attendance list* ke komputer, menyimpan hasil dokumentasi, membuat transkrip dari rekaman suara, melakukan *media monitoring* khusus berita acara bersangkutan dan melakukan *follow up* jurnalis jika dibutuhkan, serta membuat *media coverage report* dan *post event report*.

Dalam periode magang selama 3 bulan penulis pernah membantu keperluan *event* beberapa klien seperti Carousell, Golden Gate Ventures, dan Sanofi. Untuk Carousell dan Golden Gate Ventures penulis membantu pada proses sebelum dan sesudah acara. Sedangkan untuk Sanofi penulis dilibatkan dari sebelum, saat acara, hingga sesudahnya. Sebelum acara penulis membuat *media list*, menghubungi *vendor*, mencetak *brief*

document, menerjemahkan dan mencetak *press release*, dan merapikan perlengkapan ke dalam koper. Saat acara penulis membantu untuk mengecek tempat acara berlangsung, menyiapkan dan menjaga meja registrasi, serta melakukan dokumentasi dengan kamera dan *voice recorder*. Setelahnya penulis melakukan *input* data dari *media attendance list* ke komputer, menyimpan hasil dokumentasi, membuat transkrip, melakukan *media monitoring* khusus berita acara bersangkutan, membuat *media coverage report*, dan membantu membuat *post event report*.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan selama penulis melakukan praktik kerja magang dapat dilihat seperti di bawah ini:

- Muatan pekerjaan yang lebih banyak dari keadaan rutinitas sehari-hari terkadang memiliki potensi untuk selesai melampaui waktu tenggat yang telah ditentukan atau bahkan tertunda.
- Informasi dalam *media database* kurang tepat atau belum ada dan sulit dicari padahal dibutuhkan *associate* dalam waktu cepat.
- Caroucell masih belum begitu banyak diberitakan media walaupun Golin Indonesia sudah melakukan sejumlah kegiatan *media relations* seperti mengirim *press release*, membuat *media interview*, dan melaksanakan *media gathering*.

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang ditemukan, maka penulis mencari solusi sebagai berikut:

- Dalam mengusahakan semua pekerjaan yang diberikan untuk selesai tepat waktu, penulis menyusun daftar dengan skala prioritas. Daftar ini pertama-tama ditulis berurutan dari yang harus paling awal selesai sampai paling akhir. Jika dirasa masih kurang memungkinkan menyelesaikan semua,

maka penulis akan mengutamakan pekerjaan klien tanggung jawab utama yaitu Carousell. Kemudian penulis berkoordinasi dengan *associate* terkait agar diperbolehkan mengalihkan kepada *intern* lain dengan muatan kerja lebih sedikit atau mengerjakannya bersama-sama.

- Begitu menemukan informasi media dalam *media database* kurang tepat dan sulit untuk mencarinya dalam internet, maka penulis akan berkoordinasi dengan tim *intern* untuk membantu mencari baik dalam internet maupun dalam *media list* terbaru yang mereka miliki. Serta penulis memberitahu *associate* terkait bahwa terdapat kendala tersebut dan paham jika butuh waktu tambahan untuk mencari.
- Jika Carousell masih belum banyak diberitakan dalam media walaupun sudah melakukan sejumlah kegiatan *media relations* melalui Golin Indonesia, maka penulis sesuai dengan bimbingan *associate* terkait dapat menghubungi kembali jurnalis untuk menanyakan perkembangan proses redaksional dari artikel tentang acara Carousell yang dimaksud seputar kemungkinan dimuat, apakah sudah diserahkan kepada atasan untuk diolah lebih lanjut, menanyakan jika ada kebutuhan informasi tambahan, atau sekadar mengingatkan lagi bahwa orang itu pernah hadir dalam acara untuk meliputnya.

