



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

Dalam GolinHarris Indonesia, penulis bekerja sebagai *intern* yang bertugas membantu pekerjaan konsultan setiap harinya. Namun, pada dasarnya setiap *intern* memiliki satu tugas khusus yang hanya dilakukan oleh para *intern* saja, yaitu *media monitoring*. *Media monitoring* tersebut dilakukan rutin setiap pagi bersama dengan seluruh peserta magang lainnya. Sedangkan, tugas lain diluar *media monitoring* yang dilakukan penulis adalah membantu menangani klien yang dilakukan secara *team work* dengan beberapa konsultan.

Selama praktek kerja magang, penulis berada di bawah pimpinan Sinta Setyaningsih selaku *senior associate* yang mengkoordinasikan tugas-tugas yang harus dikerjakan penulis setiap harinya, dan Helina Wulandari selaku *office manager* yang melakukan pembagian klien kepada peserta magang sesuai dengan minat dan kemampuan peserta magang itu sendiri. Namun, karena penulis tidak hanya memegang satu klien saja, penulis juga membantu pekerjaan beberapa konsultan lainnya dalam menangani klien yang dipegang oleh masing-masing konsultan tersebut.

Adapun selama 4 bulan menjalani praktek kerja magang, penulis berkesempatan untuk membantu berbagai tim, yaitu yang menangani Kraft Foods Indonesia (KFI), Bank Ekonomi Raharja (BER), Indonesia Mileenium Development Goals, dan Eastern & Oriental Berhad Property Malaysia (E&O). Dalam menjalankan tugasnya, penulis berkoordinasi dan melaporkan pekerjaan yang dilakukannya kepada setiap konsultan yang menangani klien-klien tersebut, antara lain Kraft Foods Indonesia dengan Sinta Setyaningsih, Bank Ekonomi Raharja dengan Urie Simanjuntak, Indonesia Millenium Development Goals dengan Putri

Anastasia dan Auliany Fika, sedangkan Eastern & Oriental Berhad Property dengan Namira Rosa dan Pramana Arininta.

Namun, penulis memiliki porsi kerja yang lebih dominan pada tim Kraft Foods Indonesia dan Bank Ekonomi Raharja, dimana sejak awal masuk sampai program kerja magang berakhir penulis tetap membantu tim KFI baik untuk *corporate PR* dan *brand PR*, serta membantu tim BER dalam mengerjakan *media monitoring* setiap harinya dan mempersiapkan *event-event* yang diadakan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis selama 4 bulan menjalani praktek kerja magang cukup beragam. Pekerjaan yang dilakukan tersebut mengacu pada jenis pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada klien. Adapun tugas yang dikerjakan penulis tersebut antara lain:

- **Strategic Media Relation:**

Tugas utama yang dikerjakan oleh penulis adalah membantu kegiatan *media relation* yang dilakukan secara bekerja sama dengan konsultan. Menurut Yosali Iriantara (2005:23) *media relation* merupakan bagian dari fungsi *public relations* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. *Media relation* tersebut berfungsi untuk melihat apa dan bagaimana respon publik terhadap perusahaan, serta melihat perkembangan informasi sebagai acuan dalam menentukan langkah-langkah strategis untuk mempersuasi publik. Adapun kegiatan *media relation* yang dikerjakan penulis antara lain:

1. *Media Monitoring*. Tugas umum yang dilakukan para peserta magang setiap hari adalah *media monitoring*, yang dimulai dari pukul 07.00 hingga kurang lebih pukul 09.00 pagi. *Media*

monitoring ini diawali dengan *men-tracking* berita dari koran yang berhubungan dengan industri masing-masing klien. Adapun dalam melakukan *media monitoring*, *intern* terpisah menjadi dua kelompok yang dibagi berdasarkan dua kategori koran, yaitu koran *first tier* dan *second tier*. Pada kategori *first tier*, koran yang dimaksud adalah koran-koran yang bersifat *hard news* dan berisi berita ekonomi seperti Kontan, Indonesia Finance Today, Bisnis Indonesia, Investor Daily, dan Kompas, serta koran harian asing seperti *Jakarta Post* dan *Jakarta Globe*. Sedangkan, koran pada kategori *second tier* adalah koran-koran harian umum yang isinya lebih mengarah pada berita *lifestyle*, tulisan-tulisan *feature*, dan bersifat *soft news*. Koran-koran pada kategori *second tier* tersebut adalah Warta Kota, Jawa Pos, Pos Kota, Rakyat Merdeka, Pikiran Rakyat, Koran Jakarta, Indo Pos, Berita Kota, Suara Pembaruan, Sinar Harapan, Seputar Indonesia, Neraca, Republika, Harian Pelita, Jurnal Nasional, Media Indonesia, dan Koran Tempo. Dalam melakukan *media monitoring* penulis bukan saja mencari pemberitaan tentang klien atau kompetitornya, tetapi juga mencari berita makroekonomi & regulasi, serta industri & retail yang sekiranya berpengaruh pada kinerja perusahaan klien. Berita-berita yang telah dipilih oleh konsultan kemudian akan dirangkum dan dimasukkan ke dalam *daily media monitoring*. Jika *media monitoring* tersebut sudah selesai, maka penulis akan kembali bekerja dengan tim yang telah ditugaskan kepada penulis. Dalam *media monitoring* penulis juga membantu dalam pengerjaan *weekly monitoring* untuk klien Kraft Foods Indonesia, serta *monthly report* atau dikenal dengan istilah laporan bulanan untuk klien Kraft Foods Indonesia dan Bank Ekonomi Raharja.

2. *Event*. Dalam kegiatan *media relation* penulis juga membantu konsultan dalam mempersiapkan *event* klien dimulai dari mendistribusikan *media invitation* dan *press release*, membantu *follow up* media, serta menyiapkan *media kit* dan *goodie bag* bagi rekan-rekan media yang diundang. Dalam mendistribusikan undangan, penulis mengirimkan undangan kepada redaksi melalui *faximile* dan *e-mail*, yang kemudian dilanjutkan dengan *follow up* untuk memastikan bahwa rekan-rekan media sudah mendapatkan informasi yang cukup dari perusahaan, sekaligus mengkonfirmasi kehadiran wartawan pada *event* yang akan berlangsung tersebut. Setelah itu, penulis bertugas untuk membantu mempersiapkan *media attendance list*, *media kit* dan *goodie bag* yang akan dibagikan kepada wartawan yang hadir, dan menjadi *person in charge* (PIC) untuk *media registration* di saat *event* berlangsung.

3. *Media Database*. Penulis membantu konsultan untuk melengkapi *media database* untuk media cetak harian, *online*, serta tabloid dan majalah untuk bidang kesehatan, *lifestyle*, *parenting*, anak dan remaja yang berfungsi untuk memudahkan konsultan dalam mencari profil media untuk merencanakan program *media relation* yang tepat sesuai dengan segmentasi klien. Dalam *media database* penulis harus melengkapi profil media dalam bahasa Inggris dan Indonesia, alamat, nomor telepon, fax, dan email redaksi dan *marketing*, sirkulasi atau oplah media, serta *rate card* atau harga iklan media yang bersangkutan.

- ***Marketing Communications***

Marketing Communications merupakan kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari komunikator (perusahaan)

kepada komunikan (publik) dengan menggunakan berbagai media, dan diharapkan dapat menimbulkan efek, yakni adanya perubahan pengetahuan, sikap, dan perubahan tindakan yang dikehendaki (Kennedy & Soemanegara, 2006, p.5). Adapun elemen-elemen yang terdapat dalam *marketing communication* adalah *Advertising* (periklanan), *Direct Marketing*, *Publicity & Public Relations*, *Sales Promotion*, dan, *Event & Sponsorship*. Dalam menjalani kegiatan *marketing communication* perusahaan, penulis membantu konsultan dalam menangani:

1. *Event* yang diadakan klien dengan ikut membantu persiapan *event*, terutama dengan menjalani hubungan dengan media terlibat dalam pelaksanaan *event* tersebut, serta membuat *post-mortem* atau laporan mengenai rangkuman berlangsungnya *event* dan pemberitaan-pemberitaan yang terdapat di media. Beberapa *event* klien yang pernah ditangani oleh penulis antara lain *Press Conference* Biskuit dengan Cesc Fabregas; Acara Penyerahan Simbolik Sepatu Lelang Cesc Fabregas kepada Pasangan Darius Sinathrya dan Donna Agnesia; *Media Visit Kraft Cheese* ke Kompas Gramedia Group dalam bentuk *cooking demo* bersama Jana Parengkuan; Bank Ekonomi seperti Acara Halal bin Halal Bank Ekonomi dengan Media; Relokasi Kantor Bank Ekonomi & Media Workshop di Surabaya; Pembukaan Kantor Cabang Baru Bank Ekonomi di Bekasi; Relokasi Kantor Bank Ekonomi di Harco Mangga Dua; Diskusi Lintas Sektoral mengenai Perbaikan Gizi Nasional demi Mencapai Tujuan MDG 4 dan 5; Asia Pacific Development Summit; Kunjungan Pencerah Nusantara ke Puskesmas; Audiensi dan Diskusi Pencerah Nusantara dengan Pejabat Tokoh Kesehatan Republik Indonesia; dan, *Press*

Conference E&O “Tower of Andaman at Quayside” di Hotel Kempinski.

2. *Publicity & Public Relation*, dimana penulis membantu konsultan dalam mempublikasikan kampanye Kraft Cheese “Kejuku, Caraku” yang ditujukan untuk anak dan ibu rumah tangga melalui penulisan artikel untuk media-media ibu dan anak. Dalam hal ini penulis berkesempatan untuk membuat *Write Up* tentang apa itu anak susah makan (*picky eater*), serta baiknya *sandwich* sebagai salah satu cara untuk mengatasi anak *picky eaters* tersebut.

- ***Strategic Counsel***

Dalam menjalankan kegiatan *strategic counsel* yang diberikan perusahaan kepada klien, penulis membantu konsultan dalam memberikan masukan tentang perencanaan komunikasi yang efektif, terutama dalam hal antara lain:

1. *Mini Research*, yang dilakukan penulis adalah membantu konsultan mencari media-media yang tepat untuk segmentasi klien property Eastern & Oriental dari Malaysia yang menyasar pada kalangan menengah ke atas, sehubungan dengan acara *press conference* E&O di Jakarta untuk peluncuran Apartemen terbarunya di Penang, dan juga membantu konsultan Bank Ekonomi Raharja dalam meriset media lokal yang memiliki sirkulasi cukup besar di Pontianak untuk pengiriman siaran pers akan *event* CSR Bank Ekonomi yang diadakan di daerah tersebut. Selain itu, penulis juga melakukan riset jumlah *viewership* televisi swasta di Indonesia untuk melengkapi materi presentasi program Hore Oreo II dari Kraft Foods Indonesia.

2. *Brainstorming* dilakukan penulis dengan konsultan untuk merencanakan program serta kegiatan *media relation* yang tepat bagi salah satu prospek klien perusahaan, Quicksilver Indonesia. Kegiatan *brainstorming* ini dilanjutkan penulis dengan membantu konsultan membuat mini proposal untuk program Quicksilver tersebut.

Penulis dalam melakukan program kerja magang diharuskan untuk dapat menggunakan bahasa Inggris dengan baik dan benar dikarenakan GolinHarris adalah perusahaan global yang segala sesuatunya dikerjakan sebagian besar menggunakan bahasa Inggris. Penulis juga diharapkan mampu beradaptasi dengan cepat dalam mengerjakan tugas yang diberikan konsultan, dimana tugas-tugas tersebut seringkali tidak sama satu dengan lainnya karena disesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan klien yang berbeda-beda. Selain itu, penulis juga harus memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, karena pekerjaan yang dilakukan kerap kali berhubungan dengan pihak luar, baik dalam menjalin hubungan baik dengan media, klien yang bersangkutan, vendor, atau agensi lain yang turut serta membantu dalam kelancaran pelaksanaan kegiatan yang diadakan.

3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang penulis di GolinHarris selama 4 bulan adalah:

Tabel 1. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Bulan	Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
JULI	1	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia;

		<ul style="list-style-type: none"> Mendistribusi undangan dan melakukan <i>follow up</i> untuk acara Konferensi Pers Cesc Fabregas oleh Biskuat.
	2	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; <i>News tracker</i> untuk acara Hore Oreo II dan Dunia Ceria Cadbury yang sempat berlangsung; Mendistribusikan undangan dan melakukan <i>follow up</i> untuk acara Penyerahan Simbolik Sepatu Lelang Cesc Fabregas kepada Pasangan Darius Sinathrya dan Donna Agnesia.
	3	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; Membuat <i>monthly report</i> bulan Juli untuk Kraft Foods Indonesia.
	4	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; Membuat <i>monthly report</i> bulan Juli untuk Kraft Foods Indonesia.
AGUSTUS	5	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; Mendistribusikan undangan dan melakukan <i>follow up</i> untuk acara Buka Puasa Bersama Bank Ekonomi dengan media “Bersama Menebar Kasih”; Melengkapi <i>media database</i> untuk kategori media segmentasi wanita & gaya hidup.

	6	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • Mendistribusikan undangan, melakukan <i>follow up</i>, dan menjadi <i>person in charge</i> pada <i>media registration</i> acara MDG, yaitu Diskusi Lintas Sektoral untuk Perbaikan Gizi Nasional di Gedung Kementerian Kesehatan tanggal 14 Agustus 2012.
	7	<ul style="list-style-type: none"> • Libur Lebaran, mulai dari tanggal 17 Agustus – 22 Agustus 2012
	8	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • <i>News tracker</i> dan membuat laporan pemberitaan-pemberitaan di media terkait acara Diskusi Lintas Sektoral Perbaikan Gizi Nasional oleh MDG. • Membuat <i>monthly report</i> bulan Agustus untuk Kraft Foods Indonesia. • Mendistribusikan undangan dan melakukan <i>follow up</i> untuk acara MDG, <i>Asia Pacific Development Summit 2012</i>, dan acara Relokasi Cabang Bank Ekonomi Raharja & Media Workshop di Surabaya.
SEPTEMBER	9	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • Membantu persiapan <i>media kit</i> dan menjadi PIC <i>media registration</i> untuk acara <i>Asia Pacific Development Summit 2012</i> pada tanggal 03 September 2012, di Hotel J.W. Marriot, Jakarta;

		<ul style="list-style-type: none"> • Membantu konsultan Bank Ekonomi Raharja untuk membuat <i>monthly report</i> bulan Agustus 2012, dan mendistribusi undangan & <i>follow up</i> acara Peresmian Pembukaan Kantor Cabang Bank Ekonomi Raharja di Bekasi; • Membantu konsultan membuat transkrip wawancara dengan petugas kesehatan hewan di Makassar terkait dengan <i>research</i> yang dilakukan oleh beberapa konsultan dalam perencanaan program untuk prospek klien baru perusahaan.
	10	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • <i>News tracker</i> dan membantu membuat <i>post-mortem event</i> untuk laporan pemberitaan acara <i>Asia Pacific Development Summit 2012</i> yang terdapat di media-media cetak dan <i>online</i>; • Mendistribusikan undangan, melakukan <i>follow up</i>, serta ikut serta dalam acara Konferensi Pers Eastern & Oriental Berhad, <i>Tower of Andaman at Quayside Penang</i> pada tanggal 13 September 2012 di Hotel Kempinski, untuk menjadi PIC <i>media registration</i>.
	11	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • Membuat <i>monthly report</i> bulan September untuk Kraft Foods Indonesia; • <i>News tracker</i> dan membuat <i>post-mortem event</i> (mengumpulkan laporan pemberitaan di media,

		<p>menghitung PR Value dan nilai artikel) konferensi pers Eastern & Oriental Berhad;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi <i>media database</i> untuk segmentasi media wanita & gaya hidup.
	12	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • Melengkapi <i>media database</i> untuk segmentasi media wanita & gaya hidup; • Mendistribusi undangan, melakukan <i>follow up</i>, dan menjadi PIC rekan-rekan media yang ikut serta dalam kegiatan salah satu program MDG Indonesia, yaitu Kunjungan Peserta Pencerah Nusantara ke Puskesmas pada tanggal 26 September 2012; • Membuat <i>monthly report</i> bulan September Bank Ekonomi Raharja.
OKTOBER – 2 NOVEMBER	13	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • <i>News tracker</i> pemberitaan dan membuat <i>post-mortem event</i> Kunjungan Pencerah Nusantara ke Puskesmas; • Membantu konsultan menyiapkan <i>media kit</i> dan <i>goodie bag</i>, membantu dokumentasi, serta menjadi PIC <i>media registration</i> pada kegiatan <i>Media Visit</i> Kraft Cheese ke Kompas Gramedia Group dalam bentuk <i>cooking demo</i> oleh Jana Parengkuan.
	14	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat

		<p><i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi <i>media database</i> untuk segmentasi media wanita & gaya hidup, dan kesehatan; • Menulis <i>write up</i> untuk Kraft Cheese, dengan tema anak susah makan (<i>picky eaters</i>)
	15	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • Melengkapi laporan pemberitaan dan <i>post-mortem</i> acara konferensi pers Eastern & Oriental Berhad; • Membuat <i>monthly report</i> bulan Oktober Kraft Foods Indonesia; • Mendistribusikan undangan, melakukan <i>follow up</i>, dan ikut serta menjadi PIC <i>media registration</i> acara Relokasi Kantor Cabang Bank Ekonomi Raharja Harco Mangga Dua pada tanggal 18 Oktober 2012/
	16	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • Mendistribusikan undangan, melakukan <i>follow up</i>, dan ikut serta menjadi PIC <i>media registration</i> untuk acara Audiensi dan Diskusi Pencerah Nusantara dengan Pejabat Tokoh Kesehatan Republik Indonesia pada tanggal 25 Oktober 2012; • Membuat <i>monthly report</i> bulan Oktober Kraft Foods Indonesia dan Bank Ekonomi Raharja; • Melakukan <i>brainstorming</i> dengan beberapa

		<p>konsultan dan membuat <i>mini proposal</i> untuk program <i>media relation</i> Quicksilver sebagai salah satu prospek klien baru perusahaan.</p>
	17	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> dan membuat <i>weekly monitoring</i> untuk Kraft Foods Indonesia; • Membantu konsultan mencari jumlah <i>viewership</i> televisi nasional di Indonesia, antara lain RCTI, ANTV, Global TV, Kompas TV, B-Channel TV, Bali TV, dan Sindo TV; • Membantu membuat <i>summary</i> artikel berita klien RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) terkait dengan acara “10th Annual Roundtable Meeting on Sustainable Palm Oil” di Singapura; • Membantu konsultan melengkapi <i>review report</i> pemberitaan acara Oreo di media sepanjang tahun 2012.

3.2.2 Proses Pelaksanaan

1. *Media monitoring*, yang dilakukan setiap hari bertujuan untuk memantau berita-berita yang berhubungan dengan klien. Menurut William (2010:3) *media monitoring* adalah proses membaca, menonton atau mendengarkan isi editorial sumber media, dan kemudian mengidentifikasi, menyimpan dan menganalisis content yang berisi kata kunci atau topik tertentu. Berita-berita yang dicari adalah berita yang berpengaruh pada perkembangan bisnis klien ke depannya, seperti berita regulasi dan makroekonomi, kompetitor, dan industri dan retail. Berita makroekonomi adalah berita yang mengulas tentang perkembangan ekonomi Indonesia saat ini, inflasi, kebijakan-

kebijakan pemerintah yang mempengaruhi kegiatan perekonomian, khususnya dunia perbankan dan investasi, serta perkembangan komoditas. Sedangkan untuk berita kompetitor dan industri & retail, adalah berita yang membicarakan tentang kinerja dan performa kompetitor di pasar, dan perkembangan industri secara umum di masing-masing sektor klien berada. Selain itu, *media monitoring* juga dijadikan acuan informasi menyangkut perusahaan klien itu sendiri, apakah pemberitaan yang terdapat di media positif, negatif, atau netral.

a. *Summary* berisi *key message* 5w + 1h dari setiap artikel yang diambil untuk *daily media monitoring*. Setelah merangkum semua artikel yang telah dipilih, penulis membuat *key insight* dari keseluruhan artikel tersebut. *Key insight* tersebut merupakan intisari dari setiap artikel yang dirangkum penulis, dan diletakkan di bagian awal *media monitoring report*. Adapun tujuan dari penulisan *key insight* ini adalah untuk memudahkan klien membaca dan mengetahui secara singkat pemberitaan apa saja yang didapatkan setiap harinya yang sekiranya berpengaruh pada perkembangan bisnis klien. *Key insight* juga diberikan sebagai informasi kunci dari keseluruhan artikel yang diberikan pada klien.

b. *Weekly Monitoring & Monthly Report* adalah laporan analisis artikel-artikel berita dalam *daily media monitoring* yang dikumpulkan per minggu dan per bulannya untuk diberikan kepada klien. Penulis mengerjakan *Weekly Monitoring* terkhusus untuk klien Kraft Food Indonesia, dimana setiap artikel yang dibuat per harinya dikumpulkan dan dikelompokan per minggu berdasarkan aktivitas korporat dan *brand* Kraft. Sedangkan laporan bulanan dikerjakan untuk setiap klien yang dipegang oleh penulis. Dalam laporan bulanan, artikel-artikel akan dikaji untuk dilihat berapa jumlah *PR Value* yang

didapatkan, bagaimana *tone* pemberitaan artikel, *media impression*, *key message* yang terkandung dalam artikel, dan berapa nilai artikel tersebut. Untuk menghitung PR Value dilakukan dengan formula: **Harga Iklan (Ad Rate) x Coverage Size Artikel (panjang (mm) x kolom) x 3**. Sedangkan untuk menghitung *media impression* atau jumlah *readership* dihitung dengan formula: **Sirkulasi x Nilai Readership**, dimana nilai *readership* tersebut berbeda-beda tergantung kategori media yang memuat artikel tersebut. Untuk media online dan elektronik (sirkulasi x 1), koran harian (sirkulasi x 2.5), dan tabloid dan majalah (sirkulasi x 3.3). Perhitungan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kinerja *public relation consultant* yang seringkali bersifat *intangible* (tidak terukur).

2. *Event* merupakan salah satu alat promosi yang bertujuan untuk mempublikasikan perusahaan kepada masyarakat luas. Menurut Kotler (2003: 617-618), *event* merupakan perusahaan dapat menarik perhatian publik atas produk baru atau aktivitas perusahaan lainnya dengan menggunakan acara khusus seperti *talkshow*, konferensi pers, seminar, *outing*, pameran, eksibisi, kontes dan kompetisi, dan perayaan, serta acara *charity*. Keberhasilan suatu *event* akan membantu meningkatkan eksistensi perusahaan di masyarakat. Oleh karena itu, setiap *event* yang diadakan memerlukan persiapan yang matang. Dalam persiapan *event* tersebut, penulis membantu konsultan dalam hal mendistribusikan undangan dan mem-*follow up* media untuk memastikan bahwa undangan sudah diterima dan rekan-rekan media telah mendapatkan informasi yang cukup dari perusahaan. *Media relation* berperan sangat penting disini, karena dengan memiliki *media relation* yang baik, maka akan memudahkan para konsultan untuk mengundang media pada *event* yang diadakan mendadak atau event-event bersifat

segmented. Selain itu, dengan *media relation* yang baik maka akan memudahkan pemuatan artikel tentang klien dalam media yang bersangkutan, dan penanganan media apabila terdapat pemberitaan yang negatif. Penulis juga membantu mempersiapkan *media kit* dan *goodie bag* serta berperan sebagai *person in-charge* untuk *media registration* saat acara berlangsung.

a. *Distribusi & Follow Up*, dilakukan untuk mendistribusikan baik *media invitation* maupun *press release* kepada media sehubungan dengan *event* atau kegiatan yang diadakan klien. *Media invitation* atau *press release* ini dikirimkan melalui fax atau email ke alamat redaksi, atau penulis juga dapat menghubungi rekan media langsung apabila penulis atau konsultan sudah mengenal dan memiliki kontak personal wartawan yang bersangkutan. Setelah melakukan distribusi undangan atau *press release*, penulis akan langsung *follow up* media yang bersangkutan untuk memastikan kembali apakah undangan atau siaran pers yang dikirimkan sudah diterima oleh redaksi. Selain itu, *follow up* yang dilakukan penulis juga bertujuan untuk mengingatkan dan menginformasikan kembali mengenai detail kegiatan yang diadakan sekaligus mengkonfirmasi kehadiran rekan media yang diundang.

b. *News tracker*, serupa dengan *media monitoring*, namun dalam *news tracker* penulis hanya mencari daftar pemberitaan mengenai acara yang telah berlangsung. Misalnya, *news tracker* untuk acara konferensi pers Cesc Fabregas di Jakarta oleh salah satu *brand* Kraft Foods Indonesia, Biskuat. *News tracker* juga bertujuan untuk memastikan bahwa liputan mengenai acara yang diadakan sudah muncul di media, sekurang-kurangnya dari media yang hadir pada acara tersebut.

Hasil pemberitaan di media ini merupakan salah satu hal yang cukup krusial, karena seringkali menjadi tolak ukur klien akan keberhasilan *media relation* yang dijalankan yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan eksistensi perusahaan di masyarakat luas.

c. *Post mortem* adalah laporan yang dikerjakan setelah *event* berlangsung dimana berisi tentang rangkuman seluruh jalannya acara, dimulai dari jam mulai dan selesai acara, peserta yang hadir, *rundown* acara, dokumentasi, serta bagaimana proses acara tersebut berlangsung. Selain itu, dalam *post mortem* penulis juga menuliskan analisis dari acara yang telah berlangsung, jumlah media yang hadir, bagaimana keterlibatan media dalam acara tersebut, dan laporan mengenai pemberitaan acara yang sudah muncul di media-media. *Post mortem* ini biasa diberikan kepada klien, kurang lebih dua minggu setelah acara berlangsung.

3. *Mini Research* biasanya dilakukan untuk mencari informasi ketika konsultan ingin membuat suatu program PR baru untuk klien atau untuk melengkapi materi presentasi yang diperlukan konsultan untuk melakukan *pitching* klien baru. *Mini research* tersebut penting dilakukan agar program-program PR yang dilaksanakan nantinya dapat benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan segmen klien, sehingga dapat berhasil mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam hal ini, penulis melakukan riset untuk media-media yang dibutuhkan klien untuk publikasi acara atau program-program yang akan dilaksanakan, seperti riset media-media properti dan *lifestyle* untuk acara konferensi pers peluncuran property terbaru Eastern & Oriental Berhad dari Malaysia di Jakarta, dan juga riset media lokal dan ekonomi untuk publikasi program CSR Bank Ekonomi di Pontianak. Selain itu, penulis juga pernah melakukan riset

untuk jumlah *viewership* stasiun televisi RCTI, ANTV, Global TV, Kompas TV, B-Channel TV, Bali TV, dan Sindo TV untuk melengkapi materi presentasi program Hore Ore II dari Kraft Foods Indonesia oleh salah satu konsultan yang menangani *brand* Kraft tersebut.

4. *Brainstorming* bertujuan untuk memberikan ide serta masukan-masukan yang terkait dengan perencanaan dan pelaksanaan program yang akan diajukan kepada klien atau prospek klien baru perusahaan, seperti memberikan ide kegiatan atau acara seperti apa yang dapat menarik perhatian target market klien dan media, dan memberi masukan untuk nama *brand* salah satu anak perusahaan klien. Penulis membantu memberikan masukan untuk *event* Quicksilver, sebagai salah satu prospek klien baru perusahaan, dimana seluruh kegiatan yang direncanakan ini ingin melibatkan partisipasi media agar klien dapat membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan media sebagai salah satu alat publikasi Quicksilver kepada masyarakat.
5. *Mini proposal* dikerjakan penulis untuk membantu konsultan dalam membuat salah satu program *media relation* Quicksilver. Dalam proposal tersebut, penulis menuangkan secara singkat, padat, dan jelas ide-ide untuk rangkaian *event* Quicksilver, beserta dengan objektif dan pilihan media-media yang tepat untuk pelaksanaan *event* tersebut. Proposal tersebut selanjutnya diberikan kepada konsultan yang bekerja sama dengan penulis untuk dipilah-pilah mana ide yang terbaik, dan kemudian akan dilanjutkan ke *director* untuk dipertajam kembali baik dari segi objektif kegiatan maupun relevansi antara ide yang diberikan dengan kebutuhan klien.
6. *Write up* adalah tulisan mengenai aktivitas, program, profil perusahaan, top manajemen, *brand ambassador*, atau tulisan dengan tema-tema lainnya yang ingin dipublikasikan klien melalui

pemberitaan di media. Tulisan pada *write up* tidak sama dengan *advertorial* yang memfokuskan penulisan pada keunggulan produk, tetapi lebih mengarah pada cerita konkret yang berkaitan dengan penggunaan dan manfaat produk tanpa menyebutkan merek produk tersebut secara langsung. Dalam penulisan *write up*, penulis membantu konsultan dalam menuliskan artikel atau *story* untuk media terkait dengan kegiatan kampanye “Kejuku, Caraku” oleh Kraft Cheese, salah satu brand Kraft Foods Indonesia. Tulisan ini dibagi dalam berbagai macam *angle*, yaitu anak susah makan atau dikenal dengan istilah *picky eater*, *speedy meal*, dan *sandwich* sebagai bekal yang sehat. Pada kesempatan ini, penulis mengambil *angle picky eaters*, dan menuliskan tentang bagaimana membuat hidangan yang menarik sebagai tips untuk mengatasi anak *picky eater*. Selanjutnya, tulisan tersebut diberikan kepada media sesuai dengan segmen Kraft Cheese yang mengarah kepada media anak-anak, dan ibu & anak, dengan harapan artikel yang diberikan dapat dimuat.

7. *Media Database* merupakan kumpulan data-data media yang terdiri dari profil media baik dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, alamat, nomor telepon, dan fax redaksi media, email redaksi dan *marketing*, sirkulasi atau jumlah eksemplar media, serta harga iklan atau *rate card* media yang bersangkutan. Dalam *media database* tersebut, media yang ada dibagi dalam beberapa kategori antara lain koran harian, media online, tabloid atau majalah untuk segmen anak-anak, remaja, wanita & gaya hidup, ibu & anak, dan kesehatan. Per bulannya, penulis dan peserta magang lainnya diharapkan dapat rutin meng-*update* profil dan *rate card* media pada *database* tersebut sesuai dengan segmen media yang telah dipilih oleh masing-masing peserta magang.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

- Waktu yang singkat untuk menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, ditambah dengan banyaknya jumlah pekerjaan yang harus dilakukan setiap harinya membuat penulis seringkali kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan tepat waktu dengan hasil yang maksimal.
- Penulis juga menemukan kesulitan dalam menghubungi redaksi media yang seringkali tidak berada di tempat, dan dalam mendapatkan informasi serta konfirmasi dari pihak media terkait dengan kehadiran wartawan perwakilan media tersebut dalam *event* yang dilangsungkan.
- Sosialisasi pengaturan penanganan klien dan pengawasan kerja belum dilakukan secara optimal.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

- Mengelompokkan pekerjaan dan mengerjakan terlebih dahulu pekerjaan yang menjadi prioritas.
- Mencari tahu kontak personal reporter dari media yang ingin diundang berdasarkan data jurnalis pada *media attendance list* acara-acara sebelumnya, dan mengundang secara langsung reporter tersebut untuk hadir pada acara yang akan dilangsungkan. Cara ini terbukti lebih efektif dibandingkan penulis harus mengirimkan undangan melalui fax redaksi, karena seringkali redaksi tidak menyampaikan secara jelas kelengkapan informasi acara kepada wartawan atau koordinator liputan, dan juga undangan yang dikirimkan harus melalui beberapa pihak dahulu yaitu sekretaris redaksi, redaksi, koordinator liputan, sebelum benar-benar sampai kepada jurnalis pada *desk* yang sesuai dengan segmen acara berlangsung.
- Membicarakan perihal pengaturan penanganan klien, pembagian dan evaluasi pekerjaan dengan *office manager* GolinHarris Indonesia, sehingga tidak terjadi *overlapping* pekerjaan dengan peserta magang lainnya dan pekerjaan dapat dilakukan secara efektif.