



### **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

PR merupakan *back office* di Bebek Tepi Sawah Living World, hal ini berarti seorang PR normalnya mengikuti jam kantor pada umumnya. PR di Bebek Tepi Sawah memiliki posisi yang sejajar dengan bagian *back office* lainnya seperti bagian *finance* dan *accounting*. Posisi PR berada tepat di bawah *owner* dan *general manager*. Posisi ini memungkinkan PR untuk berinteraksi sesering mungkin dengan para *decision maker* dan ikut terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan yang strategis.

Dalam pekerjaannya, PR berhubungan dengan hampir seluruh staff yang ada. PR perlu mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan, hal ini diperlukan agar PR dapat terus *manage* citra perusahaan dan mengatur strategi dalam melakukan pendekatan-pendekatan kepada media dan *customers*.

#### 3.2 Aktivitas Kerja Magang

Selama magang, penulis melakukan kegiatan yang sangat dinamis dan bervariasi. Penulis banyak bertemu dan berkenalan dengan banyak orang. Bahkan penulis secara tiba-tiba menjadi kolektor kartu nama. Bertemu dan berkenalan

dengan banyak orang menjadi pengalaman yang sangat menyenangkan dan berharga bagi penulis. Karena dari sini penulis dapat mempeluas *networking*-nya yang pasti akan bermanfaat untuk karir penulis ke depannya.

Pekerjaan yang penulis lakukan sangat bervariasi, dimulai dari pekerjaan yang rutin hingga pekerjaan yang sangat dinamis. Tugas utama penulis selama magang adalah mengontrol citra dan reputasi dari Bebek Tepi Sawah Living World. Strategi yang dilakukan pun bermacam-macam. Setiap hari penulis selalu rutin melakukan *media monitoring* untuk mengecek tanggapan-tanggapan pelanggan mengenai Bebek Tepi Sawah Living World. Dari *media monitoring* yang penulis lakukan, penulis membuat jurnal sebagai arsip perusahaan, sehingga citra dan reputasi Bebek Tepi Sawah Living World dapat kami kontrol dengan baik.

Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh para insan PR. Dalam kasus Bebek Tepi Sawah, kepuasan pelanggan tersebut diperoleh melalui angket yang disebarkan kepada pelanggan melalui *guest comment* (**lihat lampiran halaman 24**). *Guest comment* ini penulis buat dari *layout* hingga kontennya. *Guest comment* bertujuan untuk menampung segala kritik dan masukan yang ditujukan pelanggan kepada Bebek Tepi Sawah Living World. Dari *guest comment* yang didistribusikan kepada pelanggan, penulis juga memperoleh data pribadi pelanggan seperti alamat rumah, nomor ponsel, email, dan perusahaan tempat ia bekerja. Data-data ini penulis simpan dan *update* setiap harinya, sehingga setiap kali kami ingin menyebarkan informasi kepada

para pelanggan setia Bebek Tepi Sawah Living World, kami dapat melakukan *email* atau *SMS blast*.

Kritik dan masukan dari pelanggan akan penulis sampaikan dan bahas dengan *supervisor* dan *owner* restoran, kasus demi kasus akan kami analisis dan perubahan akan dilakukan apabila memang diperlukan.

Selama magang, penulis juga membuat *gift voucher* untuk Bebek Tepi Sawah Living World (**lihat lampiran halaman 24 dan 25**). *Gift voucher* ini pun penulis desain sendiri beserta konten di dalamnya. Penulis sangat senang dan berterima kasih karena pihak perusahaan mempercayakan penulis untuk tugas-tugas ini.

Tidak jarang media-media datang ke Bebek Tepi Sawah Living World dengan tujuan untuk melakukan liputan. Di sini tugas dan peranan PR terlihat begitu menonjol. Penulis harus berhubungan langsung dengan berbagai pihak media yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda. Permainan kata-kata pun harus pandai diaplikasikan di sini.

Bebek Tepi Sawah Living World memiliki peraturan tersendiri, tidak semua media diizinkan untuk meliput restoran ini. Apabila pihak media ingin melakukan liputan, mereka harus terlebih dahulu mengirimkan surat permohonan liputan. Menjelaskan hal ini kepada media bukanlah hal yang mudah, karena apabila penulis salah dalam pemilihan kata-kata, restoran kami dapat dicap sebagai restoran yang sombong dan tidak *welcome*. Hal ini sangat berbahaya, karena peran

media sangat kuat. Media dapat saja menyebarkan berita negatif mengenai Bebek Tepi Sawah Living World.

Setiap kali ada media yang datang, baik itu untuk wawancara, meliput / *shooting*, maupun pemotretan penulis bertugas untuk menjamu para media, bertukar kontak dengan mereka (menjalin hubungan baik), mengamati proses kegiatan, dan tidak jarang penulis bernegosiasi dengan mereka.

Media-media yang sudah melakukan kerja sama dengan Bebek Tepi Sawah Living World di antaranya adalah MNC Life Style, JAX Magazine, dan media internal Living World. MNC Life Style sudah melakukan *shooting* sebanyak dua *episode* untuk programnya yang berjudul ‘Today’s Special’ di Bebek Tepi Sawah Living World. Setelah acara ditayangkan, penulis juga *follow up* mereka untuk meminta bukti tayang dari liputan tersebut.

MNC Life Style juga pernah meliput Bebek Tepi Sawah untuk program lainnya yaitu ‘Delicious’. *Shooting* dilakukan pada 13 Agustus 2012 (**lihat lampiran halaman 25 dan 26**). Dalam *shooting* Delicious, penulis berperan sebagai *host*. Penulis juga diminta untuk memberikan *review* mengenai Bebek Tepi Sawah Living World. Cukup sulit untuk menghilangkan rasa *nervous* karena diminta untuk ikut dalam kegiatan *shooting* secara tiba-tiba, tetapi penulis sangat menikmati pekerjaan ini.

Penulis juga sudah beberapa kali terlibat untuk bertemu langsung dengan rekan-rekan media yang menawarkan kerja sama, misalnya Disdus Indonesia, Fimela.com, Global TV, dan Yotomo (aplikasi *smartphone* sejenis *foursquare*).

Selama magang penulis banyak mempelajari hal-hal mengenai PR restoran. Istilah-istilah yang sebelumnya asing di telinga pun kini menjadi begitu familiar didengar. Penulis juga sering membantu *staff* lainnya dalam membuat *template* yang dibutuhkan, misalnya *captain order*, *customers attendance*, daftar menu, dan mini menu untuk Bebek Tepi Sawah Living World.

Program *soft selling* pun sedang dalam tahap perencanaan, yaitu membuat *membership* untuk para pelanggan setia Bebek Tepi Sawah Living World.

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang selama dua bulan yang dilakukan penulis di Bebek Tepi Sawah Living World merupakan rangkaian kerja yang berkesinambungan dari hari ke hari. Proses pelaksanaan kerja magang dapat dirinci sebagai berikut:

#### **3.3.1 Proses Pelaksanaan**

##### **- Minggu Pertama**

Pada minggu pertama penulis diberikan *briefing* oleh pembimbing lapangannya dan mempelajari peran-peran PR di dunia *food and beverage*.

Penulis mulai melakukan *media monitoring* di *media online* dengan merangkum berita-berita yang berkaitan dengan Bebek Tepi Sawah Living World dan menyatukannya ke dalam suatu jurnal. Setelah itu penulis

membuat analisis SWOT Bebek Tepi Sawah Living World (**lihat lampiran halaman 27**).

- Minggu Kedua

Pada minggu kedua, penulis mulai melakukan *media approach* yang proaktif. Penulis juga membuat *press release announcement* mengenai Bebek Tepi Sawah Living World dalam dua versi, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Di minggu kedua penulis juga membuat *layout* dan konten *guest comment* serta mengurus pencetakannya.

- Minggu Ketiga

Pada minggu ketiga, penulis membuat program-program PR restoran yang memungkinkan dengan media, seperti barter promosi dan iklan. Penulis juga membuat *gift voucher* untuk Restoran Bebek Tepi Sawah Living World. Pada minggu ketiga ini, penulis bertemu dan bernegosiasi dengan dua media, yaitu JAX Magazine dan MNC Life Style untuk wawancara dan pemotretan.

- Minggu Keempat

Pada minggu keempat, penulis melakukan kontak dengan Bebek Tepi Sawah yang ada di Ubud, Bali. Siaran pers Bebek Tepi Sawah Living World dipublikasikan di media sosial serta *media partner* (seperti *facebook, website, blog, twitter*, dan MNC Group) Bebek Tepi Sawah Ubud, Bali. Di minggu keempat penulis juga membuat jurnal berdasarkan *media monitoring* yang sudah dilakukan sejak minggu pertama. Di minggu keempat penulis juga bertemu dengan wartawan dari Fimela.com yang

berniat untuk membuat *review* bagi Bebek Tepi Sawah Living World. Penulis bertukar kontak dengan wartawan dari Fimela.com dan mendiskusikan *benefit* apa saja yang akan diterima oleh kedua belah pihak dari kerja sama ini.

- Minggu Kelima

Pada minggu kelima ini penulis bertemu dan bernegosiasi dengan Groupon dan Yotomo yang menawarkan kerja sama. Di minggu kelima ini penulis juga membuat *data base* pelanggan sebagai arsip perusahaan (**lihat lampiran halaman 28**).

- Minggu Keenam

Penulis membuat *template* surat seperti *Captain Order* dan *Resign Letter*. Pada minggu keenam ini MNC Life Style melakukan *shooting* untuk program *Delicious* di Bebek Tepi Sawah Living World. Penulis diminta menjadi *host* untuk program ini dan memberikan *review* mengenai Bebek Tepi Sawah Living World (**lihat lampiran halaman 25 dan 26**).

- Minggu Ketujuh

Pada minggu ketujuh penulis melengkapi jurnal Bebek Tepi Sawah Living World (**lihat lampiran halaman 38-68**). Penulis juga melakukan *follow up* kepada media-media yang pernah bekerja sama dengan Bebek Tepi Sawah Living World untuk *copy tayang* dan bukti publikasi.



### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

#### 1. *Job description* yang masih belum jelas.

Sebagaimana lazimnya sebuah perusahaan yang baru, Bebek Tepi Sawah belum memiliki *job description* yang jelas untuk divisi PR. Ketidakjelasan *job description* tersebut membuat penulis gamang di dalam bekerja dan berkoordinasi dengan rekan kerja.

#### 2. *Supervisor* yang tidak selalu berada di kantor.

Karena pekerjaan menuntut seorang *supervisor* untuk membangun dan memperluas jaringan, maka *supervisor* tidak selalu hadir di kantor. Hal ini membuat penulis tidak selalu dapat berdiskusi dan bertukar pikiran mengenai isu-isu dan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan penulis.

#### 3. Belum memiliki *networking* yang banyak.

Sebagai pendatang baru di dunia PR penulis belum memiliki *networking* yang banyak dan luas. Padahal seorang PR haruslah mempunyai relasi yang luas dan baik, terutama dengan rekan-rekan media. Karena *networking* merupakan salah satu modal utama PR dalam bekerja.

#### 4. Belum pernah membangun relasi (*media relations*)

Karena belum ada divisi PR maupun *media relations* di PT Tunas Nuansa Indonesia, maka perusahaan ini belum memiliki *data base* rekan-rekan media.

### 3.3.3 Solusi Atas Kendala

1. Penulis proaktif menanyakan dan meminta tugas kepada *supervisor*, sehingga tugas-tugas menjadi jelas dan dilaksanakan dengan tuntas.
2. Penulis memanfaatkan teknologi komunikasi secara maksimal sebagai ekstensi manusia (*The extension of man*).
3. Penulis banyak berinteraksi dan berkomunikasi dengan pelanggan. Interaksi dan komunikasi tersebut semakin memperluas dan menambah *networking* karena pelanggan dari mulut ke mulut mengenalkan dan mempromosikan Bebek Tepi Sawah.
4. Media sangat berpengaruh di dalam membangun pencitraan suatu perusahaan. Menyadari *the power of media* (Teori Jarum Hipodermik), penulis merasa perlu membangun jaringan dengan media. Hubungan dengan media dan jaringan yang luas ini membantu pencitraan dan nama baik Bebek Tepi Sawah, tempat penulis melakukan kerja magang.

UMMN