



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.

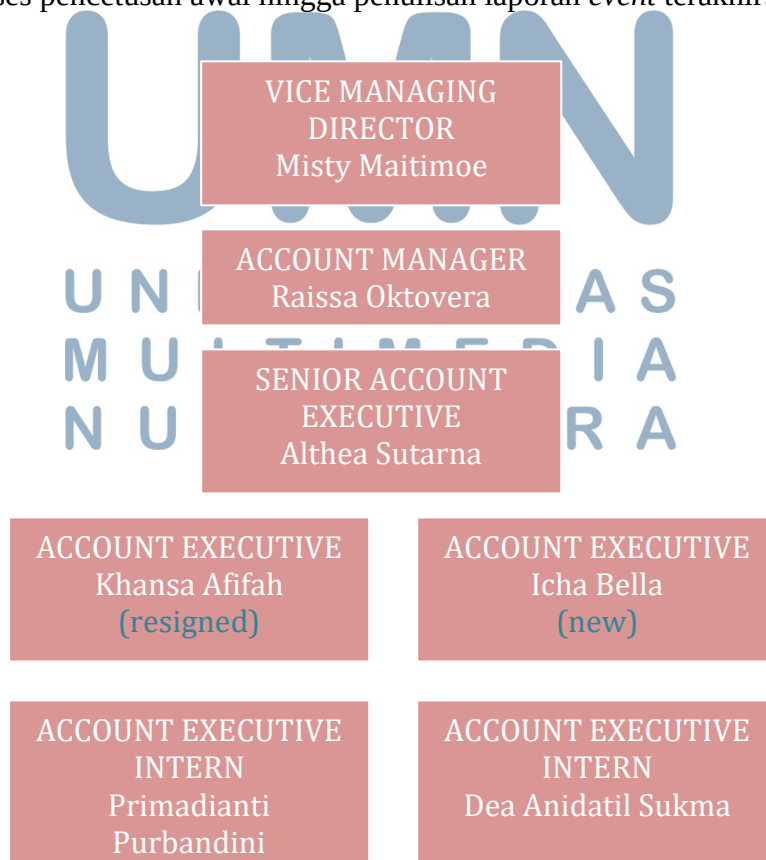
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

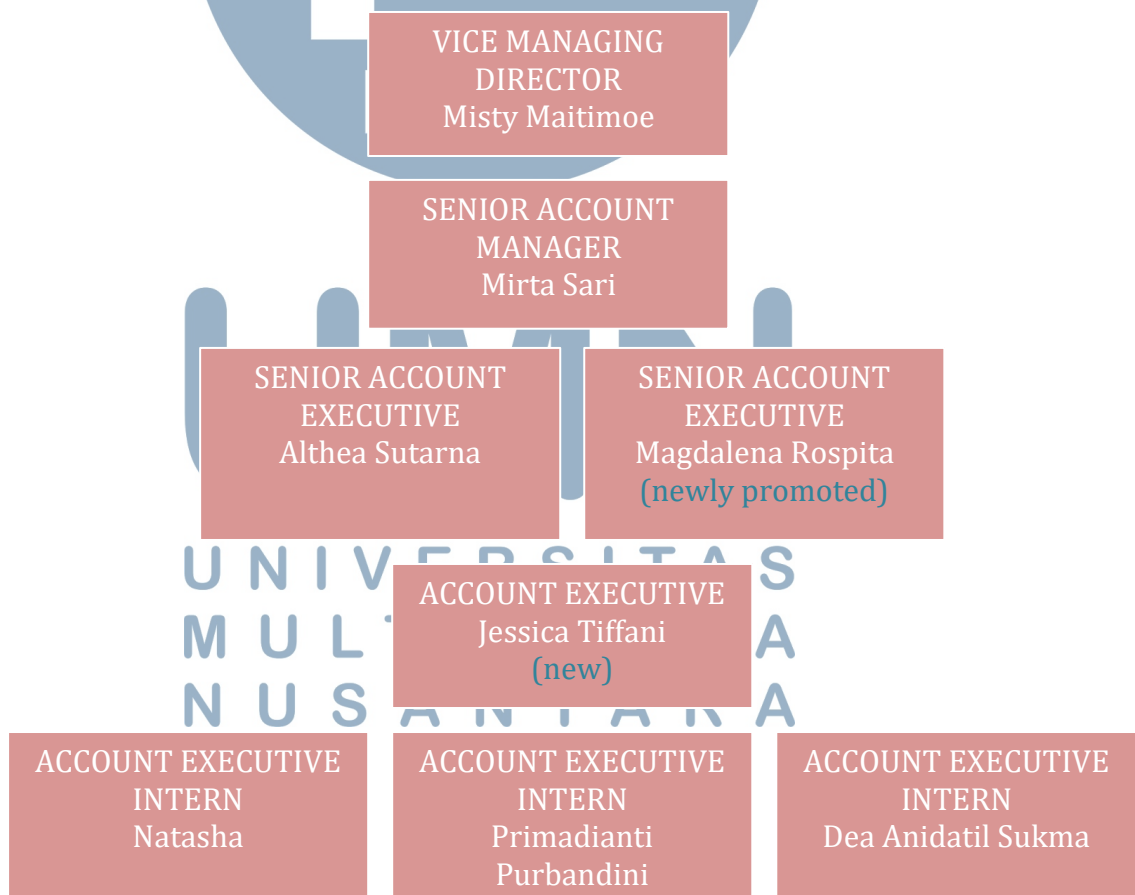
Penulis disini berkedudukan sebagai *Account Executive Intern* dan melapor langsung kepada seorang *Supervisor* bernama Althea Benedicta Sutarna yang menjabat sebagai *Senior Account Executive* baik di Ogilvy Public Relations (OPR) dan Pulse Communications. Meskipun berada di kedua *agency* tersebut, namun *Supervisor* memegang sektor yang berbeda sehingga tingkat kerahasiaan klien tetap terjaga. Di OPR, *Supervisor* menangani klien sektor *technology* yaitu LINE Plus Corp. sedangkan di Pulse Communications, *Supervisor* menangani klien *lifestyle* yaitu Walt Disney Corp. & Studios. Di Ogilvy Public Relations (OPR) dan Pulse Communications, penulis menduduki jabatan sebagai *Account Executive (AE)* dalam pelaksanaan kerja magang. Dalam posisi ini, penulis mendukung kegiatan harian tim OPR and Pulse yang sudah ditugaskan untuk menangani klien tersebut.

Selama periode kerja magang, penulis ditempatkan sebagai *AE* di tim LINE Plus Corporation dan menjadikannya sebagai prioritas utama, mulai dari tugas PR harian hingga terlibat dalam segala jenis *event* yang diadakan LINE dari proses pencetus awal hingga penulisan laporan *event* terakhir.



Tim yang bertanggungjawab untuk klien LINE Plus Corp. terdiri oleh penulis sendiri dan Dea Anidatil Sukma yang menjabat sebagai *Account Executive Intern*. Kemudian ada *Account Executive* yang bernama Khansa Afifah yang telah *resign* kira-kira 2 bulan setelah penulis masuk untuk melakukan kerja magang. Sempat ada kekosongan dalam jabatan ini selama kurang lebih 2 minggu sebelum akhirnya Icha Bella masuk sebagai *Account Executive* di tim klien LINE Plus Corp. Diatas posisi ini terdapat *Senior Account Executive* yaitu Althea Sutarna yang kebetulan juga berperan sebagai *Supervisor* untuk penulis. Tim ini kemudian dikepalai oleh Raissa Oktovera selaku *Account Manager* yang melapor langsung kepada *Vice Managing Director* Misty Maitimoe.

Penulis juga sempat bekerja dengan tim yang bertanggung jawab untuk klien Walt Disney Studios dan Walt Disney Corporation dan dilibatkan dalam beberapa *event*.



Tim ini terdiri dari tiga orang *Account Executive Intern* yaitu penulis sendiri, Natasha dan juga Dea Anidatil Sukma. Sebelumnya Magdalena

Rospita menjabat sebagai seorang *Account Executive*, namun menjelang tiga bulan pelaksanaan kerja magang penulis, beliau naik jabatan menjadi seorang *Senior Account Executive* sehingga masuklah seorang *Account Executive* baru yang bernama Jessica Tiffani. Althea Sutarna, *Supervisor* penulis, juga merupakan bagian dari tim ini dan menjabat sebagai *Senior Account Executive*. Tim ini kemudian dikepalai oleh Mirta Sari selaku *Senior Account Manager* yang melapor langsung kepada *Vice Managing Director*, Misty Maitimoe.

Setiap tim harus menghadapi klien masing-masing yang memiliki karakter, struktur serta kebutuhan yang berbeda, sehingga penulis pun belajar bagaimana cara menyesuaikan diri dengan cara kerja di setiap tim serta mengetahui bagaimana cara menghadapi para klien.

Penulis dijadikan sebagai *anchor AE* di tim LINE Plus Corp, sehingga menghabiskan sebagian besar waktu untuk klien tersebut dan benar-benar mengetahui seluk beluk klien tersebut. Meskipun demikian, penulis juga diberi kesempatan untuk terlibat dengan klien lain seperti Walt Disney, dan membantu *supporting documents* untuk klien lain di sela-sela kesibukan seperti membantu *translation* untuk SONY atau *desktop research* untuk Innisfree dan lain-lain.

3.1.1 Sekilas Tentang Klien

A. LINE Plus Corporation

LINE Plus Corporation merupakan sebuah perusahaan berbasis di Korea Selatan dan berkonsentrasi di bidang *messaging app*. Sekarang, LINE telah tumbuh menjadi *smart portal*, dimana yang mereka tawarkan bukan hanya sebatas aplikasi untuk bertukar pesan singkat, namun sarana bagi pengguna untuk saling terhubung, berkreasi, berbisnis dan berinovasi. LINE menawarkan berbagai produk dan layanan seperti LINE Sticker, LINE WEBTOON, LINE Games, LINE Today, LINE@, dan masih banyak lagi. Saat ini pengguna LINE di Indonesia telah mencapai 90 juta dan 80% diantaranya merupakan pengguna aktif.

B. The Walt Disney Company

The Walt Disney Company memiliki misi untuk menjadi salah satu producer dan provider di bidang hiburan dan informasi yang terkemuka di

dunia. Dengan mengembangkan berbagai produk kreatif, inovatif dan menghasilkan untung besar, Walt Disney Company memiliki portofolio yang luas.

C. The Walt Disney Studios

Selama lebih dari 90 tahun, The Walt Disney Studios telah menjadi fondasi yang kuat bagi The Walt Disney Company. Kini, Walt Disney Studios mempersembahkan berbagai karya film, musik serta teater yang berkualitas bagi konsumen di seluruh dunia. Film layar lebar yang dirilis merupakan dibawah entitas berikut: Disney, Walt Disney Animation Studios dan Pixar Animation Studios; Disneynature; Marvel Studios; dan Lucasfilm.

3.2 Tugas Utama

Selama empat bulan dalam pelaksanaan kerja magang di Ogilvy PR-Pulse Communications, penulis menjabat sebagai seorang *Account Executive Intern* dan mengemban tugas layaknya seorang *AE* di sebuah *PR agency*. Penulis diberi tanggung jawab untuk melaksanakan program kerja klien LINE Plus Corp. serta Walt Disney Corp. dan Walt Disney Studios. Tugas utama penulis dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu

A. *Media Relations:*

- *Daily Media Monitoring*
- *48-Hours Report*
- *Monthly Coverage Report & Tracker*
- *Post-Event Coverage Report & Tracker*
- *Media List*
- *Media Profile*
- *Media Follow-up*

B. *PR Writing*

- *Media Invitation*
- *Press Release*
- *Media Briefing Book (Rundown, Key Messages, Talking Points, Frequently Asked Questions)*
- *Story Pitch*

- *Translations*

C. *Event Management*

- *Follow-up with Key Opinion Leaders, influencers, speakers*
- *Follow-up with media partners*
- *Follow-up with the finance department*
- *Manage finances/payments*
- *Follow-up with venue/catering*
- *Follow-up with Event Organizer*
- *In-charge of media registration/media center during event*
- *Manage goodie bags*

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian Pekerjaan

A. *Media Relations*

Media Relations merupakan salah satu peran terpenting yang dilakukan oleh praktisi PR yaitu berhubungan dengan media secara konstan. Kegiatan *media relations* rutin yang dilakukan oleh penulis adalah *media monitoring*. *Media monitoring* sendiri merupakan kegiatan untuk mengetahui apakah klien diberitakan di media dan apakah berita tersebut berdampak positif atau tidak bagi klien. Penulis ditugaskan untuk melakukan *daily media monitoring* untuk LINE. Setiap harinya, penulis akan mendapatkan *e-mail* yang dikirim oleh pihak *third party* berisi berita apa saja mengenai LINE dalam 24 jam terakhir, baik itu *online*, majalah, maupun koran cetak serta berita para kompetitor.

Media monitoring juga membuat praktisi menjadi lebih mudah dalam mengukur *Return on Investment* (ROI) dan *Key Performance Index* (KPI) karena hasil dapat diukur melalui jumlah *PR Value*. Pada umumnya, jika LINE baru saja mengadakan sebuah *event* yang mengundang media atau mengirim *press release* mengenai sebuah kerjasama baru, biasanya jumlah berita yang terdapat pada *media monitoring* hari itu bisa mencapai belasan lebih.

Hasil *daily media monitoring* akan digabung menjadi satu dalam *monthly coverage report* dan *post-event coverage report*, dimana semua hasil pemberitaan akan digabungkan dan dihitung *PR value*-nya. Penulis ditugaskan

untuk menyusun *report* untuk setiap kegiatan dan *report* bulanan dari LINE dan sempat membantu dalam menyusun *coverage report* Alice Through The Looking Glass untuk Walt Disney Studios. Disinilah sebuah *event* atau kegiatan dari LINE akan dinilai tingkat kesuksesannya, mulai dari jumlah *media event attendance*, *media coverage* hingga *total PR value*.

Selain *daily media monitoring*, penulis juga memiliki tugas untuk menyusun dan menyebarkan *media invitation* kepada rekan-rekan media, jika LINE ataupun Disney akan mengadakan sebuah *event*. Penulis pun kemudian akan melakukan *media follow up*, dimana penulis akan menghubungi rekan media satu persatu dan mengkonfirmasi kehadirannya pada *event* tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa KPI *event* tersebut akan terpenuhi karena salah satu cara untuk mengukur kesuksesan sebuah *event* adalah melalui dari banyaknya jumlah media yang datang. Jika media banyak yang datang, kemungkinan berita mengenai *event* tersebut akan dimuat menjadi lebih besar.

Media Relations berkaitan dengan bagaimana sebuah media bekerja. Kemampuan untuk memilah media mana yang cocok dengan target audience klien harus dimiliki praktisi PR agar program klien dapat berjalan dengan efektif (Black: 2009, h30). Pesan dari perusahaan harus disampaikan dengan pendekatan kepada publik yang baik, salah satunya adalah melewati media yang kita pilih untuk diundang. Mata kuliah *Media Relations* yang telah diambil semasa perkuliahan, membuat penulis merasa bahwa kemampuan yang dimiliki dalam bidang ini masih cenderung kurang mendalam dikarenakan materi yang disampaikan masih sangat umum dan hanya mengenai *profile media* saja. Oleh karena itu, ketika melakukan kerja magang, penulis merasa kurang siap ketika harus menghubungi media. Akan lebih baik jika para mahasiswa dipersiapkan lebih matang lagi ketika mendapatkan mata kuliah *Media Relations*. Karena teori yang diajarkan masih kurang sejajar dengan apa yang dikerjakan di situasi kerja yang nyata. Namun, karena selama kerja magang penulis melakukan tugas *follow-up media* secara rutin, penulis akhirnya dapat melaksanakan tugas tersebut tanpa kendala.

B. PR Writing

Kegiatan PR tidak akan dapat berjalan lancar tanpa adanya dokumen-dokumen yang mendukung kegiatan ini. Ketika akan mengadakan

suatu *event*, tentu saja seorang penulis harus membuat *media briefing book*. *Media briefing book* sendiri terdiri dari *key messages*, yaitu pesan kunci yang berisi pesan utama yang akan disampaikan kepada publik mengenai LINE dan *event*-nya misalkan tentang LINE CREATIVATE. *Key messages* disusun sebagai patokan untuk merangkai dokumen selanjutnya yaitu *talking points*. Ketika mengadakan *media gathering* untuk “*LINE Managing Director Meets the Press*” ataupun *Press Conference* untuk LINE CREATIVATE 2016, poin-poin pembicaraan harus disusun dan dikembangkan dari *key messages* yang ingin disampaikan oleh LINE dalam *event* tersebut.

Talking points juga akan berguna bagi pembicara agar mereka tetap berbicara sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan LINE. *Frequently Asked Questions* pun juga akan dikembangkan agar para pembicara, dapat mengantisipasi berbagai pertanyaan dari media dan siap dengan jawaban yang sudah disusun secara teliti dan sesuai dengan pesan kunci serta nilai-nilai perusahaan.

Selain dokumen yang disediakan untuk pihak LINE, penulis juga menyusun dokumen untuk pihak media. Ketika akan melaksanakan suatu *event*, tentu penulis harus menyusun *media invitation*. Dalam menyusun sebuah undangan media, seperti yang pernah penulis lakukan untuk salah satu *event* Walt Disney yang bertajuk “*Alice Through the Looking Glass: Embrace Your Uniqueness Talkshow*” yang berkaitan dengan *celebrity & fashion*, sehingga harus dibuat se-singkat, se-informatif dan se-menarik mungkin agar jurnalis pun tertarik untuk meliput *event* tersebut. Ketika *event* berlangsung, penulis juga harus menyediakan *press release* bagi media agar mereka dapat lebih mengerti mengenai *event* ini, serta tujuannya dan manfaat apa saja yang didapat dari *event* tersebut. *Press release* juga dapat mempermudah bagi para jurnalis untuk menulis beritanya karena semua informasi yang dibutuhkan sudah ada di *press release* tersebut.

PR sangat bergantung pada tulisan untuk membangun hubungan yang positif antara sebuah perusahaan dengan berbagai jenis publik, bisa lewat jenis informasi yang dikontrol maupun yang tidak dikontrol. (Bivins: 2008, h 4). Dalam mata kuliah *PR Writing*, penulis telah diajarkan untuk membuat *press release* sehingga hal ini pun mempermudah penulis untuk menyusunnya ketika diberi tugas tersebut saat kerja magang. Meskipun masih terbilang dasar, namun

penulis merasa bahwa ilmu yang selama ini didapat dari mata kuliah *PR Writing* ternyata memang sejajar dengan kegiatan *PR Writing* yang dilakukan selama proses kerja magang.

C. Event Management

Setelah menghubungi media dan juga mempersiapkan dokumen-dokumen, banyak hal lain yang dibutuhkan dalam mengadakan suatu *event*. Dalam *event* LINE CREATIVATE 2016 contohnya, banyak sekali pihak-pihak yang diajak bekerjasama dan semuanya membutuhkan tingkat kesabaran serta ketelitian yang tinggi.

Event sebesar ini menggunakan beragam *social media influencers*, media partnerships serta kerjasama dengan petinggi industry lainnya sehingga harus *pitching* untuk menawarkan kerjasama kepada mereka, lalu mengadakan meeting, tanda tangan kontrak, hingga memonitor artikel serta postingan lainnya yang sudah disetujui. *Event* seperti “LINE CREATIVATE 2016” membentuk kerjasama dengan berbagai KOL seperti Keenan Pearce, Ernanda Putra, Edhozell, Bena Kribo, Devina Aurel, Naela Ali kemudian juga *webtoonist* seperti Faza Meonk, media seperti Prambors FM dan juga Kompas Gramedia, bahkan dengan Bapak Rudiantara selaku Menkominfo dan Bapak Triawan Munaf selaku Kepala BEKRAF. Koordinasi harus senantiasa dilakukan juga dengan pihak *event organizer* yaitu Red White Indonesia, agar keinginan klien dapat terpenuhi dan sesuai dengan visi serta misi yang merupakan dasar dari diadakannya *event* ini.

Penulis juga bertugas untuk mengatur segala perihal pembayaran mulai dari pembayaran juri untuk kompetisi “LINE CREATIVATE 2016”, pembicara untuk “LINE X BEKRAF Roadshow”, dan masih banyak lagi. Penulis banyak berhubungan dengan pihak finance di OPR untuk *follow-up* perihal pembayaran, mulai dari menyusun *purchase order* setelah adanya *invoice*, *quotation* dan *budget approval* hingga memastikan bahwa pihak klien sudah membayar kita agar kita pun bisa membayar yang kita ajak bekerjasama. Penulis harus benar-benar teliti dalam mengerjakan tugas ini serta rajin melakukan *follow-up* agar memastikan bahwa tidak ada kesalahan dalam pembayaran.

Ketika sudah mendekati pelaksanaan *event*, penulis juga mempersiapkan *goodie bags* yang akan dibagikan ke pihak media yang datang, mulai dari menyusun, memindahkan hingga nanti mendistribusikannya ke pihak media ketika acara selesai. Penulis harus tegas juga dalam membagikan *goodie bags* dan memastikan bahwa yang menerimanya hanya 1 per media dan media tersebut pun harus masuk ke daftar konfirmasi sebelumnya.

Saat acara berlangsung penulis pun harus senantiasa berkoordinasi baik dengan tim dari OPR/Pulse yang menangani klien ini, maupun juga dengan tim EO RWI dan juga KOL yang hadir saat *event* tersebut agar semua kebutuhan terpenuhi dan acara dapat berlangsung dengan lancar.

Salah satu cara untuk sukses menjalankan program klien adalah melalui *event*. *Event* dapat digunakan oleh klien sebagai momentum untuk mendapatkan *public attention* dan *media coverage*. Jika *event* tersebut terdiri lebih dari 40 orang tamu, hal yang sebaiknya dilakukan adalah untuk bekerjasama dengan sebuah *event organizer*. (Black: 2008, h 576). Hal ini ditujukan agar acara lebih terorganisir dan berjalan lancar.

Selama masa perkuliahan, penulis mengambil mata kuliah *Event Management* dimana penulis menjabat sebagai salah satu anggota divisi Acara. Penulis memegang peran sebagai mencari *tenant* untuk *bazaar*, membantu dalam pencarian dana, melakukan *dealing* dengan berbagai pihak dan juga memastikan bahwa acara berjalan sesuai dengan *rundown* yang telah disiapkan. Setelah menjalani proses kerja magang, penulis merasa apa yang kurang matang dalam pelaksanaan acara di mata kuliah *Event Management*, dapat dipoles dan dipersiapkan lebih baik lagi di kerja magang. Penulis dapat menjadikan pengalaman kelas *Event Management* sebagai pelajaran agar dapat melakukan pekerjaan dengan lebih teliti serta usaha yang lebih maksimal ketika menjalankan *event* klien.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Penulis sempat memiliki kendala dalam berkomunikasi. Ketika masuk kerja, penulis diberi tugas pertamanya yaitu untuk melakukan *media follow-up* untuk CSR Event Walt Disney Corporations - Disney Time Please, dimana penulis harus menghubungi puluhan media untuk mengkonfirmasi kehadirannya

dalam *event* ini. Penulis merasa gugup dan takut sehingga ketika menghubungi media, penulis sempat terbata-bata.

Kendala lain yang ditemukan adalah *briefing* yang terlalu cepat dan singkat dari atasan sehingga penulis merasa kekurangan informasi dan belum cukup bimbingannya untuk melakukan sebuah tugas mulai dari pekerjaan admin seperti mengurus perihal pembayaran, *key messages* untuk menyusun sebuah *briefing book* hingga ketika akan *pitching* untuk sebuah proyek. Penulis dituntut untuk bekerja secara independen dan membuahkan hasil yang sesuai dengan standar dan keinginan atasan.

3.3.3 Solusi dari Kendala yang Ditemukan

Penulis menguasai bidang *media relations* jauh lebih baik ketimbang dari ketika awal masuk. Akibat tuntutan untuk melakukan *follow-up* secara rutin, hal ini membuat penulis semakin terlatih dalam berkomunikasi dan membangun hubungan dengan sesama rekan kerja, media, klien dan juga pihak *third party* lainnya seperti *EO*, pihak *venue* atau *catering* dll. Karena sering melakukan tugas ini, akhirnya penulis berhasil mengatasi rasa takut dan melakukannya dengan lancar. Hal ini membuktikan bahwa semuanya dapat dilakukan asal ada kerja keras dan keinginan untuk memperbaiki diri sendiri agar menjadi lebih baik.

Penulis juga belajar untuk menjadi lebih independen dan juga lebih aktif dalam mengerjakan tugasnya. Jika ada informasi yang kurang lengkap atau *briefing* yang kurang jelas, penulis akan berusaha untuk berinisiatif mencari tahu sendiri atau bertanya pada atasan. Hal ini juga dilakukan agar tugas dapat dikerjakan dengan lancar dan sesuai dengan standar dan ekspektasi dari atasan. Dunia *PR agency* selalu bergerak cepat, sehingga ketika penulis dituntut untuk menjadi independen, hal ini membuat penulis jadi terbiasa untuk berinisiatif, lebih cepat belajar dan menjalankan berbagai tugas tanpa harus dituntun.