



### **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

Selama melakukan praktik kerja magang di PT.MNC Media, penulis diposisikan sebagai staff dan ditempatkan ke bagian komunikasi eksternal, khususnya bagian *Media Relations*. Selama melakukan praktik kerja magang, *Section Head* akan langsung mengawasi dan juga membimbing tim magang agar sesuai dan benar terhadap tugas yang dikerjakan. *Section Head* yang membimbing penulis adalah Arif Guntur Prasetio dan juga staff *media relations* yaitu Dianing Pramesti. Mereka yang memberikan arahan apabila terdapat kekeliruan baik dalam tugas lapangan maupun tugas di dalam ruangan. Di dalam divisi komunikasi eksternal, penulis bekerja sama dengan tim *Social Media Specialist* dan tim *Media Relations* yang masing-masing terdapat empat unit stasiun TV. Sama seperti staff yang lain, pekerjaan yang dilakukan layaknya karyawan tetap di PT.MNC Media dengan intensitas pekerjaan yang sama dan tidak ada perlakuan khusus bagi yang sedang menjalankan praktik kerja magang. Tidak hanya melakukan pekerjaan, tetapi penulis juga harus mengaplikasikan nilai-nilai MNC Media dan mematuhi aturan yang ada di PT.MNC Media.

Selama tiga bulan atau 60 hari kerja melakukan praktik kerja magang di PT.MNC Media, penulis mendapatkan ilmu yang tidak didapat ketika belajar di dalam kelas, seperti pembelajaran mengenai dunia Media yang dilihat dari segi *Public Relations*. Tugas-tugas yang diberikan langsung oleh Arif Guntur Prasetio selaku *Section Head* antara lain adalah media monitoring, membuat media *clipping*, membantu menangani media pada saat acara berlangsung dan juga membantu untuk menghubungi wartawan dan artis. Meskipun melakukan praktik kerja magang, penulis harus bisa seperti karyawan yang selalu sigap dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan serta harus merespon dengan cepat saat sedang dibutuhkan.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani praktik kerja magang di PT.MNC Media, penulis menyelesaikan beberapa tugas yang diberikan oleh *Section Head* yang berkaitan dengan tugas seorang *Public Relations*, diantaranya adalah :

Tabel 3.1 Tugas Penulis dalam Praktik Kerja Lapangan ( Data diolah oleh Penulis)

NO	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Juli				Agustus				September				Oktober					
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Media Monitoring	Press Conference																		
		Press Show																		
		HUT Media																		
		Mencari pemberitaan online dan cetak																		
2	PR Writing	HUT RCTI																		

Tabel 3.2 Tabel Pekerjaan Penulis

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	Media Monitoring Global TV, RCTI, MNCTV, iNewsTV
2	<i>Press Conference</i> Mubank, Tangled Program The Next Boy/Girl Band (mendampingi media)
3	Media Monitoring Global TV, RCTI
4	Media Monitoring Global TV, RCTI <i>Event</i> HUT RCTI- Meet n Greet pemain Dunia Terbalik Program acara MOTD (Music Of The Day)
5	Media Monitoring Global TV, RCTI <i>Event</i> HUT RCTI- Konser Dewa #ILOVERCTI28

6	Media Monitoring Global TV, RCTI Rangkaian HUT RCTI ( <i>Press Conference Red Runs</i> , door press, coaching clinic)
7	Media Monitoring Global TV, RCTI Malam puncak HUT RCTI “Anniversary Celebration 28” di Ancol
8	Media Monitoring Global TV, RCTI <i>Press Conference The Apartment</i> , TVKI 2
9	Media Monitoring Global TV
10	Media Monitoring Global TV
11	Media Monitoring Global TV <i>Event Indonesia Television Award 2017 (ITA2017)</i>
12	Media Monitoring Global TV
13	Media Monitoring Global TV Rangkaian HUT GTV- Donor darah <i>Press Conference Bola Championship Makassar</i>
14	<i>Press Conference HUT MNCTV</i> HUT Global TV ( <i>Rebranding GTV</i> ) Media Monitoring GTV
15	Media Monitoring GTV (TVKI 2, Starteen, Sing Masker) Audisi Indonesian Idol (JIEXPO) Silet Award 2017 Press Conference Miss Indonesia HUT MNCTV(Kilau Raya 26) di studio 10
16	Media Monitoring GTV Panasonic Gobel Award 2017 Anugrah Penghargaan KPI Award 2017

Pekerjaan yang dilakukan berkaitan dengan Media Relations yaitu Media Monitoring, Press Conference. Jika dilihat dari tabel diatas dua kegiatan tersebut yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang. Dan selama melaksanakan tugas-tugas yang diberikan, Arif Guntur Prasetio selaku *Section Head (User)* membimbing dalam proses pengerjaan agar dapat menyelesaikan tugas-tugas sesuai kebutuhan perusahaan untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi.

### **3.3 Pembahasan**

#### **3.3.1 Uraian Tugas-Tugas**

##### **3.3.1.1 *Media Relations***

Menurut Yosol Iriantara (2005:32) mengartikan *Media Relation* merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Ada beberapa tujuan dari *Media Relations* antara lain adalah:

1. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta lembaga atau organisasi
2. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media
3. Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan organaisasi
4. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh saling percaya

Menurut Ledingham dalam buku *Media Relations Issues & Strategies* mengatakan bahwa fungsi dari Public Relations seperti special events, public affairs, development dan press relations. Tetapi didapat dengan latihan yang berbeda dari produksi komunikasi, seperti persiapan press release, pidato, video, laporan tahunan dsb. Dengan perspektif yang berhubungan, fungsi komunikasi dapat diartikan sebagai

strategi untuk memantau hubungan antar organisasi dengan cara melakukan komunikasi secara intens.

Dari uraian diatas bahwa peran dari *Media Relations* terhadap perusahaan cukup besar, karena berhubungan dengan pihak luar tentunya. Ada beberapa tugas di dalam *Media Relations*, antara lain mengirim siaran pers, menyelenggarakan *special event*, menyelenggarakan konferensi pers, menyelenggarakan wawancara khusus, menyelenggarakan *media gathering*, menjadi narasumber media, mengadakan perjalanan pers.

Tugas- tugas yang dilakukan oleh penulis ketika melakukan praktik kerja magang adalah:

1. Menyelenggarakan konferensi pers
2. Menyelenggarakan *special event*
3. Melakukan media monitoring

Media Monitoring yang dilakukan termasuk dalam bagian *Media Relations* karena mengumpulkan data-data terkait pemberitaan di media lain yang nantinya akan dievaluasi apabila ada berita yang menjelekkan pihak perusahaan. Media Monitoring termasuk salah satu peran *Media Relations* yang sangat penting karena berhubungan dengan reputasi dari perusahaan atau organisasi.

Media Monitoring merupakan tugas utama dari tim magang di PT.MNC Media. Yang dilakukan oleh penulis adalah mencari artikel berita mengenai GTV, RCTI, MNCTV dan iNews, serta pemberitaan terkait MNC Group yang di dalamnya memuat berita terkait Hary Tanoesoedibjo di media cetak yang sudah ada (berlangganan). Berita dari media cetak yang ada atau ditemukan pada saat monitoring digunting lalu dibuat ringkasannya serta diemail kepada *Media Relation* dari masing-masing stasiun TV. Artikel yang sudah digunting dikumpulkan dan dikliping berdasarkan format yang telah ditentukan.

Selain melakukan Media Monitoring dari media cetak, penulis juga melakukan Media Monitoring secara *online*. Dari website-website media yang besar dan yang kecil apabila terdapat kata-kata dari program acara stasiun TV atau stasiun TV (GTV,RCTI,MNCTV,iNews) maka berita tersebut dimasukkan ke dalam file yang telah disediakan dan dikumpulkan dalam satu folder setiap bulannya. File tersebut terdiri dari media cetak dan media *online*.

Media Monitoring yang dilakukan bertujuan untuk melihat publisitas yang didapat oleh PT.MNC Media, ketika menyelenggarakan suatu acara baru. Pemberitaan yang dimuat di dalam media cetak/*online* tersebut nantinya dilihat apakah penulisannya positif atau negatif.

#### A. *Press Conference*

*Press Conference* merupakan bagian peranan dari *Media Relations*. *Press Conference* pada PT.MNC Media biasanya dilaksanakan kegiatan ada *event* yang akan diselenggarakan. Selama melakukan praktik kerja magang, *Press Conference* dilaksanakan selama delapan kali. Tujuan diadakannya *Press Conference* adalah untuk memberitahukan kepada publik, tentang kegiatan yang akan dilakukan oleh PT.MNC Media dan juga kepada para *stakeholder*. Sehingga jelas bahwa apa yang dilakukan adalah nyata.

Tabel 3.3 *Press Conference* yang dilakukan PT.MNC Media

NO	EVENT	TANGGAL	TUGAS
1	Press Conference Music Bank in Jakarta	18 Juli 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit
2	Press Conference Disney Tangled	19 Juli 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit
3	Press Conference Red Runs	15 Agustus 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit
4	Press Conference The Apartment	30 Agustus 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit

5	Press Conference The Voice Kids Indonesia 2	31 Agustus 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit
6	Press Conference bola Champion Balikpapan	5 Oktober 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit
7	Press Conference HUT MNCTV	10 Oktober 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit
8	Press Conference Miss Indonesia	18 Oktober 2017	Registrasi media yang hadir dan media kit

Ketika *Press Conference* berlangsung, tugas yang diberikan adalah mendata media/wartawan yang datang serta memberikan *Press Release* yang telah dibuat kepada wartawan yang datang agar dapat menjadi panduan untuk menulis artikel secara cetak maupun *online*. Tidak hanya itu, ketika acara telah selesai, banyak media yang ingin mewawancarai bintang tamu maupun juri pada acara tersebut, sehingga harus mendampingi media untuk dapat mewawancarai bintang tamu yang hadir. *Press Conference* yang dilakukan adalah program-program baru yang akan ditayangkan di stasiun TV, HUT media, Penghargaan yang akan diselenggarakan seperti Panasonic Gobel Award dsb.

#### **B. *Press Show***

*Press Show* ini adalah suatu program baru yang akan diselenggarakan ke publik, dan wartawan diajak untuk mengikuti kegiatan tersebut. *Press Show* tidak dilakukan sebanyak *Press Conference*, hanya pada saat-saat tertentu saja *Press Show* diadakan. Pada saat praktik kerja magang, *Press Show* yang diadakan berjudul *Minute to Win It* dari program MNCTV. Dalam kegiatan ini, wartawan yang datang diajak untuk mencoba permainan tersebut, agar mengerti seperti apa permainannya dan mendapat ketertarikan terhadap program tersebut. Sehingga artikel yang dimuat lebih berwarna karena wartawannya sendiri mengerti dan paham mengenai program tersebut.

### ***C. Event Management***

Event merupakan acara yang sangat penting bagi media. Karena berawal dari Event tersebut, media bisa lebih dikenal oleh publik. Selama melakukan praktik kerja magang, ketiga stasiun TV yaitu GTV, RCTI dan MNCTV. Ketiga stasiun TV tersebut mengadakan HUT dengan rentang waktu yang berdekatan. Untuk RCTI di bulan Agustus, sementara untuk GTV dan MNCTV di bulan oktober. Selama acara HUT berlangsung, Tugas yang dikerjakan antara lain membantu untuk menangani media yang datang dan membantu untuk menghubungkan dengan bintang tamu yang hadir. Tetapi selama berada di lokasi *event* HUT, tim magang berbaur dengan karyawan dan *staff* sehingga terlihat aktivitasnya pada saat berada di lapangan, seperti mengkoordinasikan lokasi dan media.

Sama seperti acara HUT media diatas, ketika ada *event* tentang penghargaan seperti Panasonic Gobel award, Silet Award dan Indonesia Television Award tim magang akan melakukan tugasnya didampingi dengan PICnya masing-masing agar acara yang sedang berlangsung dapat terorganisir dengan baik dan teratur. Tidak hanya itu, aktivitas yang dilakukan sama seperti pada saat acara HUT hanya saja pada acara penghargaan lebih formal dibandingkan dengan acara sebelumnya seperti *Press Conference*, *Press Show* maupun HUT media.

#### **3.3.1.2 Content Writing**

Menurut Djago Tarigan dalam Elina Syarif, Zulkarnaini, Sumarno (2009:5) menulis berarti mengekspresikan secara tertulis/gagasan, ide, pendapat, atau pikiran dan perasaan. Dapat disimpulkan dari definisi Djago Tarigan bahwa kegiatan menulis merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan oleh praktisi *Public Relations*, terlebih jika PR Writing diperuntukkan untuk pihak eksternal.

Dalam melakukan praktik kerja magang, PR Writing sangat dibutuhkan oleh seorang *Public Relation*, terutama bagian *Media Relation*. Di bagian *Media Relations*, *Press Release* sangat diperlukan karena *Press Release* adalah panduan bagi wartawan

untuk menulis artikel mengenai acara yang akan diadakan oleh suatu perusahaan. Sehingga apabila tidak melakukan secara benar, maka akan berdampak pada penulisan berita yang akan dimuat baik di media cetak maupun di media *online*. Selain itu, apabila tidak menguasai PR Writing, maka penulisan yang dibuat pun akan mengurangi tingkat ketertarikan jurnalis untuk menulis artikel berita.

Selama Penulis magang diberikan tugas untuk menulis *Press Release* yang akan digunakan pada saat *Press Conference* dan pada saat acara berlangsung. *Press Release* yang dibuat adalah *Press Release* mengenai HUT RCTI yang ke-28 dengan judul “ANNIVERSARY CELEBRATION 28”. *Press Release* tersebut diserahkan kepada user untuk dikoreksi (edit) agar menjadi lebih lengkap dan rapi, sehingga wartawan dapat tertarik untuk menulis dan menaikkan berita.

### **3.3.2 Analisis terhadap Tugas dan Fungsi**

Menurut Jefkins (2003), hubungan pers (*Press Relations*) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi PR dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Tugas-tugas selama bekerja sebagai *Media Relations* di PT.MNC Media sangat sesuai dengan fungsi dari *Media Relations* itu sendiri seperti menyelenggarakan *Press Conference*, *Special Event* dan media monitoring terkait pemberitaan harian yang dimuat di media cetak maupun media *online*. Fungsi dari *Public Relations* terutama dalam hal *Media Relations* di industri media sangat dibutuhkan dan sesuai dengan fungsinya. Selain untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak luar, *Media Relations* juga berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan juga publik agar tercipta persepsi yang baik dibenak publik terhadap perusahaan tersebut.

PR Writing adalah keterampilan menulis khas Humas/PR dalam menghasilkan naskah-naskah yang diperlukan untuk kepentingan pencitraan positif

dan popularitas perusahaan/organisasi. Tipe-tipe penulisan atau naskah PR dapat dibagi menjadi dua bagian:

1. Berkaitan dengan *Media Relations/Press Relations*, seperti naskah *Press Release*, *Advertorial* dan *Press Conference*.
2. Berkaitan dengan media promosi, informasi dan komunikasi perusahaan/organisasi, seperti naskah untuk dipublikasikan di *newsletter*, *in house magazine*, naskah laporan tahunan, *company profile*, *leaflet*, *booklet*, brosur dan sebagainya.

Dari penjelasan tersebut, pekerjaan yang dilakukan selama melakukan praktik kerja magang sesuai dengan definisi dari PR Writing itu sendiri. Seperti menulis *Press Release* dan membuat naskah dalam *Press Conference*. Hal tersebut sangat berkaitan dengan PR Writing dan sesuai dengan tujuannya.

Dari uraian tugas-tugas diatas yang telah dilakukan selama menjalankan praktik kerja magang, tugas-tugas tersebut sangat membantu untuk mengasah kemampuan dan kreatifitas individu terkhususnya untuk peran *Public Relations*. Terlebih lagi ketika berada di media, sangat dibutuhkan komunikasi yang baik terhadap sesama karyawan, pimpinan, bawahan ataupun kepada pihak eksternal seperti *stakeholder*. Komunikasi yang baik tersebut diperlukan agar terhindar dari *miss-communication* yang dapat mengakibatkan suatu perusahaan menjadi kacau.

Ketika suatu organisasi sudah ditetapkan untuk melakukan integrasi sudah seharusnya koordinasi terjalin dengan baik. Begitu juga dengan komunikasi yang seharusnya. Tetapi ada beberapa hal yang perlu di perhatikan oleh suatu perusahaan, salah satunya adalah dengan mengambil keputusan yang benar. Pada saat melakukan tugas lapangan yang diberikan oleh *user*, tugas tersebut harus dilakukan dengan baik agar terlihat suatu organisasi yang baik, yang ter-koordinasi secara rinci. Sehingga ketika para *stakeholder* melihat hasilnya, tidak merasa kecewa dan bangga terhadap perusahaan tersebut.

Bukan hal yang mudah untuk menyatukan budaya yang berbeda-beda menjadi satu kesatuan yang utuh. Tetapi PT.MNC Media sudah mencoba agar tercipta budaya yang saling membantu baik antar divisi maupun antar unit. Meskipun masih terbilang baru, tetapi untuk kemajuan bersama divisi dari *Corporate Secretary* ini dapat dikatakan cukup kompak. Masih ada ego yang kuat di tiap-tiap individu dalam mengedepankan unitnya, karena seharusnya ketika sudah terjadi integrasi harus saling bahu membahu.

Pada saat tugas diberikan untuk diselesaikan, dari *Section Head* atau staff *Media Relations* lainnya seharusnya mengamati/mendampingi. Namun ketika penulis sedang melakukan tugas lapangan tanpa adanya pendamping dari bagian *Media Relation*, tindakan tersebut merupakan tindakan yang sangat besar resikonya. Karena tim magang bukanlah seorang karyawan tetap yang mengetahui secara rinci alur dari suatu *event* tersebut. Meskipun dapat dikategorikan sebagai pembelajaran, namun alangkah baiknya seorang pemimpin (karyawan) juga mendampingi tim magang agar tidak terjadi kekeliruan.

Banyak sekali teori dari *Media Relations* yang dapat dijadikan panduan bagi PT.MNC Media. Salah satunya adalah menurut Yosol Iriantara yang mengatakan bahwa *Media Relation* merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. *Media Relations* PT.MNC Media menjalankan teori dari Yosol Iriantara tersebut dengan tujuan untuk memperoleh publisitas yang luas dsb. Selain itu, PT.MNC Media juga melakukan kegiatan *Media Relations* diantara seperti *Press Release*, *Press Conference*, *Media Gathering*, *Media Monitoring* dan *Press Tour*. Namun ada satu kegiatan yang tidak dilakukan oleh PT.MNC Media yaitu *Press Luncheon*.

*Press Luncheon* merupakan langkah menjaga hubungan baik antara perwakilan awak media dengan seorang *Public Relations* melalui jamuan makan siang. *Press Luncheon* akan memberikan dampak yang sangat besar kepada

perusahaan, karena lebih mendekatkan diri secara pribadi kepada media sehingga dapat memberikan kesan positif baik untuk perusahaan ataupun secara individu. Tidak hanya itu saja tetapi hubungan dibangun dapat membuat media menjadi lebih peduli terhadap perusahaan dan terlebih lagi ketika perusahaan terkena issue/pemberitaan yang tidak baik, perwakilan tersebut dapat memberikan berita yang netral sehingga dapat membantu reputasi perusahaan tidak terlihat buruk kepada publik. Tentunya hal ini perlu dilakukan oleh PT.MNC Media untuk mengantisipasi hal-hal yang dapat merugikan perusahaan.

### **3.3.3 Kendala yang ditemukan**

Dalam waktu tiga bulan penulis menjalani praktik magang, ada beberapa kendala yang ditemukan yaitu

1. Penulisan *Press Release* yang berlebihan

Pada saat menulis *Press Release*, Biasanya *Press Release* yang dikerjakan menggunakan dengan kata-kata yang mengandung unsur hiperbola, sehingga penulis melakukan kesulitan karena tidak terbiasa menggunakan kata-kata yang seperti itu. Penulisan dengan makna hiperbola tersebut bertujuan agar ketika membaca dapat mempengaruhi publik agar mau menyaksikan tayangan atau mengikuti kegiatan yang akan dilaksanakan. Agar dapat menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan, penulis melihat-lihat contoh dari *Press Release* yang sebelumnya agar mendapatkan masukan bagaimana menulis *Press Release* yang sesuai dengan kriteria dari *Media Relations* PT.MNC Media. Dan juga setelah selesai mengerjakan tugas yang diberikan selalu meminta *feedback*, apakah sudah sesuai atau belum dengan gaya penulisan yang biasanya dipakai oleh PT.MNC Media.

2. Koordinasi yang kurang baik

Selama penulis menjalani praktik kerja magang, koordinasi yang ada kurang seimbang. Koordinasi yang baik akan menghasilkan akhir yang baik, tetapi

koordinasi yang ada di PT.MNC Media ketika sudah melakukan integrasi kurang baik. Ketika tim magang harus melakukan kerja lapangan tanpa pembimbing, hasil yang diberikan tidak tahu apakah benar atau salah karena tidak ada yang memberikan arahan. Terlebih lagi seharusnya sudah diberi tahu sejak awal bukan pada saat hari diselenggarakannya acara.

### 3. Ritme Kerja yang berbeda-beda

Tidak hanya dalam penulisan *Press Release*, membuat koordinasi yang baik dengan tim juga sempat mengalami kendala. Karena dari setiap unit, masih memiliki ritme kerja yang berbeda-beda. RCTI dan GTV memiliki ritme yang sama, tetapi MNCTV memiliki ritme yang sedikit berbeda. Perbedaan itu terletak pada report. Ketika melakukan suatu kegiatan RCTI dan GTV akan melaporkan kendala yang ditemukan kepada atasannya apabila sudah tidak menemukan lagi titik temu. Tetapi berbeda dengan MNCTV yang apabila mengerjakan suatu kegiatan, langkah yang diambil harus selalu melaporkan kepada atasan. Dengan ritme kerja yang berbeda, penulis mengamati dan belajar dari karyawan tetap PT.MNC Media, agar lebih mengerti lagi dan tidak terjadi kesalahan yang sama.

