



### **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

Pada saat penulismagang di Syandra Kwan Public Relations Agency, penulis diposisikan sebagai *media relations*. Segala hal, tugas dan kegiatan yang terkait dengan media penulis lah yang mengkoordinir. Sebagai seorang *media relations* penulis memiliki tugas utama membangun dan menjaga hubungan baik dengan media, untuk itulah penulis harus memiliki banyak kenalan media dan *maintain* atau membina dengan baik hubungan yang telah dibangun.

Penulis juga membantu atau menunjang tugas *account manager* dan *account executive* di Syandra Kwan Public Relations Agency khususnya tugas mereka yang ada kaitannya dengan media. Hal ini dikarenakan kami bekerja sebagai satu tim dan harus berkoordinasi dengan baik. Kembali lagi pada dasarnya yaitu komunikasi. Di dalam satu tim harus berkoordinasi dan berkomunikasi dengan baik agar tidak *miss understanding*. Pada pelaksanaan setiap tugas-tugas penulis, penulis harus melaporkan apa yang akan dikerjakan dan apa yang sudah dikerjakan kepada Presiden Direktur sekaligus *Advisor* dari Syandra Kwan Public Relations Agency yaitu Syandra Kwan. Kendala atau kesulitan apapun wajib untuk langsung dilaporkan secara langsung, telepon atau via *line* jika beliau sedang tidak berada di kantor. Email yang keluar baik itu ditujukan kepada klien maupun media harus di cc kepada Syandra Kwan.

Berikut ini akan dijelaskan koordinasi penulis lebih detail berdasarkan klien yang ditangani.

#### 1) EASB (East Asia Singapore Institute):

Di awal memulai kerja magang di SKPRA penulis ditugaskan untuk membantu sebuah *project* dari klien SKPRA. Pada saat itu penulis langsung diberikan tugas-tugas terkait dengan media. *Project* klien EASB ini adalah *press*

*conference* yang akan diadakan dua kali di Jakarta dan di Surabaya. Konten dari *press conference* tersebut adalah EASB Singapore ingin menginformasikan bahwa mereka menerima para siswa dari Indonesia yang ingin studi perhotelan dan pariwisata di Singapore dan bisa studi di EASB Singapore. Pada *project* ini penulis merupakan *account manager* untuk *press conference* yang diadakan di Surabaya. Tidak hanya menjalankan tugasnya untuk *project* di Surabaya, penulis juga membantu *Account Manager* yang di Jakarta untuk mengirimkan email undangan *press conference* ke seluruh media di Jakarta dan penulis juga yang *follow up* via telepon ke media apakah sudah menerima undangan tersebut dan apabila belum diterima maka penulis akan mengirim kembali. Setelah itu penulis juga menanyakan apakah media yang sudah terima undangan tersebut akan hadir pada *press conference*. Semua rekap data *media list*, penulis harus terus mengupdate di excel “*Media Attendace List EASB Jakarta*”.

Begitu pula saat *press conference* yang dilaksanakan di Surabaya. Sebagai *account manager project press conference* EASB di Surabaya, penulis harus berangkat ke Surabaya dan diberikan *office mobile phone* yang pada akhirnya *office mobile phone* tersebut khusus untuk *media relations* atau dengan kata lain berinteraksi dengan media. Sebelum berangkat ke Surabaya penulis mengirimkan undangan via email ke seluruh wartawan yang ada di Surabaya, seperti sebelumnya penulis juga melakukan *follow up* kepada media di Surabaya. Setelah media mengkonfirmasi kehadiran mereka di *press conference* penulis mengupdate di excel “*Media Attendance List EASB Surabaya*”. Saat di Surabaya penulis dibantu dua orang tim SKPRA yang berada di Surabaya dalam menjalankan *press conference* di Surabaya. Syandra Kwan juga membantu *press conference* tersebut. Setelah *press conference* berlangsung penulis segera mengirimkan segala apapun yang berkaitan dengan *press conference* tersebut seperti Q & A, *press release*, materi, dan foto-foto kepada media sebelum jam 5 sore pada hari itu juga. Tujuannya adalah agar membantu media mendapatkan informasi lengkap mengenai *press conference* yang baru saja diadakan dan media dapat *mempublish* berita mengenai EASB. Penulis dibantu SKPRA tim yang lain juga melakukan *media monitoring* setiap harinya mengenai pemberitaan EASB Singapore dan langsung meberikan laporan website atau koran apa yang *mempublish* kepada

klien dan Syandra Kwan. Sesampainya di Jakarta penulis juga segera membuat laporan yang pada akhirnya akan diberikan kepada klien. *Deadline* pengerjaan laporan adalah dua minggu sejak hari *press conference*.

## 2) KSK Insurance

Untuk klien yang satu ini tidak banyak yang dikerjakan oleh penulis. Setiap pagi penulis melakukan *media monitoring* mengenai berita asuransi dan mengirimkan hasilnya kepada klien sebelum jam 11. Saat dibantu oleh *buddy* atau rekan dari penulis, hasil *media monitoring* harus dikirimkan kepada klien sebelum jam 10.

## 3) Samsonite dan American Tourister

Dalam menangani Samsonite dan American Tourister *media relations* SKPRA mempunyai tugas rutin setiap bulannya untuk menerjemahkan *press release* dan mendistribusikan *press release* tersebut kepada pers yang ada di media list dengan tujuan untuk mendapatkan publikasi dari pers tersebut. Tentunya pers yang ada di *media list* merupakan pers yang bekerja atau meliput bagian tentang *fashion* atau *life style* karena produk dari Samsonite dan American Tourister adalah tas dan koper.

Setiap bulannya pihak dari Samsonite dan AT akan mengirimkan kepada SKPRA *press release* dalam bahasa Inggris yang akan diterjemahkan oleh *copywriter* atau *media relations* dari SKPRA. Untuk informasi bahwa di Syandra Kwan Public Relations Agency *media relations* juga menjalani tugas sebagai *copy writer* atau penerjemah. Tetapi penulis walaupun sebagai *media relations* tidak menjalankan tugas *copy writer* karena penulis hanya fokus kepada *media list* yang berjumlah 146 media *fashion* dan penulis juga fokus terhadap *follow up press release* yang sudah didistribusikan kepada media tersebut. Untuk menerjemahkan *press release* diberikan kepada *buddy media relations*. Biasanya *press release* sudah dikirimkan oleh klien kepada SKPRA pada tanggal 1-5 dan langsung diterjemahkan, dan setiap *press release* akan segera didistribusikan setiap tanggal 10 kepada media yang ada di *media list*. Setelah disebar penulis akan

menelfon media satu per satu untuk menanyakan apakah *press realease* sudah diterima atau belum sekaligus menginformasikan kepada mereka jika memerlukan *Hi Res* foto dapat menghubungi penulis di kontak yang sudah tertera di email. Semua kegiatan ini harus dilakukan sebelum tanggal 20 setiap bulannya karena setiap tanggal 20 media cetak sudah naik cetak.

Kemudian *media relations* SKPRA akan melakukan *media monitoring* dan apabila ada media yang akan *mempublish*, penulis akan minta *PDF file* atau minta media tersebut untuk mengirimkan majalah ke kantor SKPRA. *Account executive* akan membuat laporan setiap bulannya yang berisi hasil dan apa saja yang sudah dilakukan dan akan dilakukan oleh *media relations* SKPRA. Laporan tersebut akan dikirimkan kepada klien sebelum akhir bulan. Setiap minggu SKPRA mengadakan *internal weekly meeting* dimana seluruh kegiatan atau tugas yang sudah dikerjakan dan apa rencana atau langkah berikutnya untuk menangani klien atau *potencial* klien dilaporkan ke Syandra Kwan.

#### 4) Sanofi Indonesia

Untuk *Media visit* Sanofi Indonesia ke Femina *Group*, penulis membantu dalam membuat *possible Q&A* saat *media visit*, membuat *thank you note* dan mengirimkannya kepada editor-editor Femina Group dan membantu operasional saat *media visit* berlangsung seperti menjadi fotografer.

### 3.2 Tugas Yang Dilakukan

Dalam bagian ini penulis akan lebih mendetail dalam menjabarkan tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis saat menunaikan praktek kerja magang di Syandra Kwan Public Relations Agency.

Seperti yang dikatakan pada tulisan sebelumnya, di Syandra Kwan Public Relations Agency penulis magang sebagai seorang *media relations*. Untuk itu

tugas-tugas yang dijabarkan pada subbab ini akan terkait dengan aktivitas media *relations* baik untuk SKPRA sendiri maupun aktivitas *media relations* yang dilakukan untuk klien. Adapun klien yang detangani oleh penulis saat kerja magang adalah:

1. EASB Singapore
2. KSK Insurance
3. Samsonite dan American Tourister
4. Sanofi Indonesia
5. ENAK by SKPRA

Untuk Syandra Kwan Public Relations Agency sendiri penulis melaksanakan *media relations* dengan membangun dan menjaga hubungan baik dengan media. Pada awalnya penulis beserta tim *media relations* ingin membuat sebuah klub khusus pers atau media dimana SKPRA yang menaungi klub tersebut. Klub tersebut diberi nama ENAK. ENAK bertujuan untuk menata media dengan segala kegiatan yang sudah disiapkan.

Berikut ini merupakan tabel penjabaran aktivitas yang penulis lakukan selama kerja magang di Syandra Kwan Public Relations Agency.

**Tabel 3.1**

**Klasifikasi Pekerjaan Per Minggu**

MingguKe	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
I	<i>Office Orientation, internal meeting, membuat laporan internal meeting, membuat media list, menelpon media untuk press conference EASB Singapore, mengirim email kepada klien-klien, media monitoring, membuat run down untuk press conference, media behaviour, membuat strategy plan untuk Natalia Institute, dan mempresentasikan</i>

	<i>strategy plan</i> tersebut.
II	<i>Press conference</i> EASB Singapore di Harris Hotel Jakarta dan Novotel Hotel di Surabaya, membuat undangan untuk <i>press conference</i> , <i>media behaviour</i> , mengirim undangan ke media, <i>media pitching</i> , mempelajari <i>media clipping</i> , membuat <i>media clipping press conference</i> EASB Singapore di Surabaya, <i>follow up</i> media.
III	<i>Media monitoring</i> , membuat EASB Singapore <i>press conference</i> report (untuk yang di Surabaya), <i>media measurement</i> , membuat Samsonite <i>monthly report</i> , <i>media behaviour</i> , menelpon media untuk menanyakan <i>media rate cards</i> .
IV	Merevisi laporan <i>press conference</i> , <i>media monitoring</i> , belajar membuat <i>minutes meeting</i> , belajar mengenai <i>social media maintenance</i> , <i>meeting</i> dengan Berita Satu dan membuat <i>minutes meetingnya</i> .
V	<i>Media monitoring</i> , mencari <i>potencial clients</i> , <i>social media maintenance</i> , belajar mengenai <i>media relations</i> , membuat panduan untuk <i>media relations</i> sesuai dengan yang sudah diajarkan oleh Ma'am Syandra, membuat <i>master plan media relations</i> untuk Syandra Kwan Public Relations Agency selama 6 bulan ke depan, memperkenalkan diri dengan teman-teman media, dan <i>meeting</i>



	dengan PT Inov.
VI	Membuat janji temu dengan beberapa teman media, <i>social media maintenance</i> , <i>media monitoring</i> , <i>media behaviour</i> , presentasi <i>media relations plan</i> , membuat <i>detail</i> mengenai <i>media social club</i> yang diberi nama “ENAK”, mengajarkan Tata (rekan saya) mengenai <i>media relations</i> .
VII	<i>Media monitoring</i> , pergi liputan ke Kempinski, pergi liputan ke Plaza Mandiri, membuat formulir pendaftaran untuk ENAK, liputan Samsung, <i>updated media list di excel dan outlook</i> , <i>media behaviour</i> .
VIII	<i>Media monitoring</i> , <i>internal weekly meeting</i> , mencari kontak <i>merchant</i> untuk ENAK, <i>media behaviour</i> , liputan di BRI, mempelajari SingCRM, membuat <i>body email</i> untuk <i>press release</i> Samsonite Spin Trunk, <i>updated media list</i> , mengirim <i>news release</i> kepada media, <i>follow up</i> media mengenai <i>news release</i> yang sudah dikirimkan, mengirim <i>high res</i> foto kepada media.
IX	<i>Media monitoring</i> , <i>follow up media</i> mengenai <i>press release</i> S’Cure, membuat <i>media relations report</i> , mengirim <i>High res</i> foto kepada media, <i>internal weekly meeting</i> , menyiapkan <i>media list</i> , <i>updated media list</i> , liputan Indonesia Maritim Expo, <i>social media</i>



	<p><i>maintenance</i>, membantu wartawan Jawapos (Mba Puji), menyiapkan <i>media list</i> bisnis dan <i>fashion</i>.</p>
X	<p><i>Media monitoring</i>, <i>internal weekly meeting</i>, mencari kontak editor-editor dari <i>Femina Group</i>, <i>updated media list</i>, menyiapkan <i>media list</i> untuk mendistribusikan <i>press release</i>, <i>social media maintenance</i>, <i>media behaviour</i>, liputan in <i>Tata Motors</i>, mengirim <i>press release business trade in Samsonite</i> kepada media, membuat <i>project management ENAK</i>.</p>
XI	<p><i>Media monitoring</i>, <i>media behaviour</i>, membuat <i>Q&amp;A</i>, membuat <i>detail budget event ENAK</i>, <i>follow up press release</i>, pergi liputan, <i>meeting</i> dengan <i>team</i> mengenai <i>Sanofi media visit</i>, menyiapkan <i>media list</i>, merevisi proposal ENAK untuk <i>merchant</i>, <i>internal weekly meeting</i>.</p>
XII	<p><i>Media monitoring</i>, <i>media behaviour</i>, <i>media visit</i> Sanofi ke <i>Femina Group</i>, liputan di <i>Ritz Carlton</i>, <i>JJ Royal</i>, dan <i>Plaza Indonesia</i>, mengirim <i>thank you note</i> ke <i>Femina Group</i>, mengkompilasi laporan <i>media visit</i> Sanofi, mencari <i>chief editors</i> untuk <i>profilling</i> Mr Eric di <i>Surabaya</i>, <i>social media maintenance</i>, membuat <i>monthly report</i> <i>Samsonite</i>, membuat <i>radio script</i>, membuat <i>Q&amp;A</i> untuk <i>profilling</i>, mendistribusikan</p>

	<i>pressrelease Spin Trunk dan follow up press release.</i>
--	---

Berikut ini akan dijelaskan lebih jelas lagi klasifikasi kegiatan *media relations* yang dilaksanakan oleh penulis:



No	Klien	Press release	Media monitoring	Press Conferences	Monthly Report	Media List	Media visit	Media behavior	Event report	Liputan
1	EASB Singapore		√	√		√		√	√	
2	Samsonite dan American Tourister	√	√		√	√		√		
3	KSK Insurance		√			√		√		
4	ENAK by SKPRA	√			√	√				
5	Sanofi Indonesia						√	√		
6	Media									√

**Tabel 3.2 Klasifikasi Kegiatan Media Relations Oleh Penulis**

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Penulis akan mengklasifikasikan tugas-tugas yang telah dibuat selama 3 bulan praktek kerja magang, diantaranya:

a) *Media Monitoring*

*Media monitoring* merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau sumber yang lain kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang (Ardianto 2002:98). Menurut Hardiman (2007:78) *media monitoring* dinilai penting untuk dilakukan karena berfungsi sebagai laporan bagi pihak manajemen tentang pandangan media terhadap organisasi dan kegiatan kompetitornya.

Sebelumnya penulis akan menjelaskan kegiatan monitoring yang dilakukan di SKPRA. SKPRA melayani media monitoring untuk tiga klien yaitu KSK Insurance, EASB Singapore, dan Samsonite dan America Tourister.

- i) KSK Insurance SKPRA melakukan *media monitoring* setiap pagi dengan mengetik *summary* dari berita dan menscan berita dikoran. Semua hasil *media monitoring* dikirim ke klien sebelum pukul 11 Siang.
- ii) EASB Singapore SKPRA melakukan *media monitoring* setiap hari setelah konferensi pers berlangsung.
- iii) Samsonite dan American Tourister media monitoring dilakukan setiap akhir bulan sebelum membuat *monthly report*.

Berikut aktivitas *media monitoring* yang dilakukan penulis terhadap klien. Penulis melakukan *media monitoring* terhadap 3 klien yaitu EASB Singapore, Samsonite dan America Tourister, KSK Insurance.

(a) EASB Singapore

Saat menangani EASB Singapore penulis setiap hari dimulai dari hari H setelah konferensi pers berlangsung

melakukan *media monitoring* setiap pagi dan sore dengan *search* di google menggunakan *key words* “EASB Singapore konferensi pers Surabaya” atau “EASB merespon positif pertumbuhan perhotelan dan pariwisata”. Setiap berita yang *publish* di *copy link* dan *link* diberikan langsung kepada klien setiap hari. Untuk media cetak SKPRA membeli koran selama 2 minggu dari media-media cetak yang diundang atau akan bertanya langsung kepada wartawan yang bersangkutan apakah berita akan naik cetak dan apabila naik cetak minta tolong dikirimkan koran atau pdf *file* berita tersebut untuk dimasukkan ke dalam laporan dan diberikan kepada klien.

(b) Samsonite dan American Tourister

Untuk klien yang satu ini penulis hanya mencari dari google dengan *keywords* judul *press release* yang telah didistribusikan kepada teman-teman media.

(c) KSK Insurance

Penulis melaksanakan *media monitoring* untuk klien ini setiap hari. Pukul 09.00 penulis mencari berita mengenai asuransi dari koran Kontan, Bisnis Indonesia, Investor Daily, dan Neraca. Untuk berita online penulis mencari berita tentang asuransi dari [vivanews.com](http://vivanews.com), [jawapos.com](http://jawapos.com), [detik.com](http://detik.com), [antaranews.com](http://antaranews.com), dan [kompas.com](http://kompas.com). Hasil *media monitoring* akan diubah ke dalam format jpeg dan akan dilampirkan pada email yang akan dikirimkan pada klien. *Body email* adalah judul, tanggal, paragraf pertama dari setiap berita dan diterjemahkan ke bahasa Inggris apabila berita tersebut menyangkut asuransi umum. Hasil *media monitoring* dikirimkan sebelum pukul 11 siang.

b) Monthly Report

*Monthly report* merupakan laporan yang dikerjakan setiap bulan, biasanya setiap akhir bulan yang berisi tentang apa saja

yang sudah dikerjakan dan apa saja yang sudah dicapai selama satu bulan itu. Selain itu di dalam *monthly report* juga dilakukan evaluasi. Untuk Samsonite penulis biasanya membantu *account executive* dari Samsonite dan American Tourister untuk membuat *monthly report* dan nantinya akan direvisi oleh *Account Executive* Samsonite dan American Tourister dan kemudian dikirim ke Syandra Kwan untuk meminta *approval*, kalau sudah di *approve* dikirim ke klien.

Untuk *Media Relations*, sebagai *media relations trainee* penulis membuat laporan setiap bulan mengenai perkembangan *media relations* yang penulis lakukan. Isinya siapa saja media yang sudah dikenal, bagaimana hubungan penulis dengan media tersebut, bagaimana cara penulis *maintenance* media tersebut, konferensi pers apa saja yang penulis ikuti, siapa *key person* dan topic dari konferensi pers tersebut.

#### c) *Media List*

Syandra Kwan Public Relations Agency menyimpan daftar kontak media atau *media list* di *outlook*, Sing CRM atau excel di dalam *folder media list*.

Penulis sebagai *media relations trainee* sekaligus *media relations officer* bertanggung jawab memegang seluruh media list atau daftar nama dan kontak media di *excel dan outlook*. Setiap hari penulis akan menambah *media list* tersebut dengan yang baru sesuai dengan kartu nama media yang didapatkan penulis saat mengikuti konferensi pers. Setiap klien memiliki *media list* sendiri yang cocok dengan klien tersebut. Penulis menentukan media mana saja yang cocok dengan klien, sebagai contoh Samsonite dan American Tourister memiliki 184 *media list* wartawan *fashion* yang terdiri dari nama, nomor telepon, dan email. *Media list* ini bersifat rahasia hanya team SKPRA yang tahu dan penulis yang bertanggung jawab penuh atas *media list* tersebut.

#### d) Liputan dan Membangun Relasi dengan Media

Hal ini merupakan yang pertama kali dilakukan di Syandra Kwan Public Relations Agency. Sebagai *media relations trainee* sekaligus *officer* penulis harus pintar, kreatif dan lincah dalam membangun relasi dengan media. Mencari kontak media baru untuk menambah *database media list* Syandra Kwan Public Relations Agency merupakan salah satu kewajiban dari penulis. Penulis akan mengikuti konferensi pers yang diadakan oleh agency lain. Penulis bergabung dengan teman media yang sudah dikenal dekat dan memintanya untuk mengajak penulis ke konferensi pers tersebut. Saat di lokasi konferensi pers penulis mengaku dari satu media dengan teman wartawan penulis. Saat waktu istirahat atau makan penulis langsung berkenalan dengan wartawan-wartawan yang hadir disana dan meminta kartu nama mereka.

#### e) *Press Conferences*

Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* (1995:98) menjelaskan fungsi *media relations* adalah menyiarkan atau mempublikasikan seluas-luasnya informasi PR guna menciptakan pengetahuan dan memberi pengertian bagi publiknya. Salah satu bentuk nyata dari *media relations* adalah *press conferences*. *Press Conferences* atau konferensi pers merupakan kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog, dengan materi yang telah disiapkan secara matang oleh penyelenggara, sedangkan sasaran pertemuan itu adalah pemuatan informasi di media massa dengan perantara wartawan yang diundang (Iwan Awaludin:2011). Syandra Kwan Public Relations Agency membantu para klien dalam kegiatan konferensi pers mulai dari persiapan sampai pelaksanaan hingga konferensi pers usai, SKPRA masih membantu dalam *follow up media*, *story pitching*, *media monitoring* dan membuat laporan



event / *Event Report*. Tahap-tahap dari sebuah konferensi pers yang dilaksanakan oleh SKPRA:

(a) Membuat *media list*

*Media Relations trainee* dari SKPRA membuat daftar nama media dan kontak yang terdiri dari nomor *handphone*, nomor fax, dan email. Media mana yang cocok dan tepat untuk diundang di dalam konferensi pers, tentunya yang cocok dengan topik dari klien. Contoh konferensi pers EASB Singapore yang diundang adalah wartawan *lifestyle* dan pendidikan karena EASB Singapore merupakan Universitas. Konferensi Pers KSK Insurance maka yang diundang adalah wartawan *financial*.

(b) Membuat *checklist* atau *action plan*

*Checklist* atau *action plan* merupakan lembar dari persiapan apa saja yang akan dilakukan dan dicantumkan pula siapa PIC atau penanggung jawab dari masing-masing tugas, dan *deadline* dari setiap persiapan sebelum hari-H.

(c) Menyiapkan *press release*

Biasanya SKPRA membuat *press release* dua minggu sebelum konferensi pers berlangsung dan tentunya harus sudah mendapatkan *approval* dari klien.

(d) Membuat undangan

Undangan akan ditujukan untuk daftar wartawan yang akan diundang. Undangan didesain semenarik mungkin, singkat, padat, dan jelas terdiri dari topik, logo perusahaan klien, nama jelas perusahaan klien, tempat, tanggal, waktu, siapa pembicaranya, dan undangan juga harus mendapat *approval* dari klien.

(e) Mengirimkan undangan

Undangan dikirimkan 3-5 hari sebelum hari-H.

(f) Konfirmasi kehadiran

Setelah mengirimkan undangan ke seluruh teman-teman media yang akan diundang sehari setelahnya penulis menelpon mereka untuk menanyakan apakah mereka akan hadir di konferensi pers tersebut. Pada hari – H penulis akan mengingatkan kembali melalui bbm atau telepon.

(g) Membuat *Talking Points* dan *Possible Q & A*

*Talking points* adalah apa yang akan dibahas atau materi apa yang akan disampaikan saat konferensi pers dan biasanya ini dibahas dengan klien melalui email, atau meeting langsung. *Possible Q & A* adalah kemungkinan pertanyaan apa saja yang akan ditanyakan oleh wartawan dan nantinya ini akan diberikan kepada pembicara dan klien agar bersiap-siap apabila wartawan melontarkan pertanyaan saat sesi tanya jawab berlangsung.

(h) Menyiapkan *MC Script*, *Rundown*, dan *Souvenir* untuk wartawan

*Rundown* dan *MC Script* biasanya dibuat 2 hari sebelum hari-H, *Souvenir* harus *follow-up* dengan klien.

(i) Hari – H

Saat konferensi pers berlangsung membagi tim dengan tugasnya masing-masing ada yang menjaga meja registrasi minimal 2 orang, notulen, dan dokumentasi. Dikarenakan hanya sedikit sumber daya manusia yang diperlukan saat konferensi pers berlangsung oleh karenanya dalam satu *project*

konferensi biasanya hanya dilibatkan maksimal 5 orang dari Syandra Kwan Public Relations Agency.

- (j) Mengirimkan data dari konferensi pers ke teman-teman media yang hadir saat konferensi pers dan yang tidak hadir tapi diundang.

Data tersebut berupa *Q & A*, *press release*, foto saat konferensi pers beserta *captionnya*, *fact sheet*, materi saat konferensi pers. Semua dikirimkan sebelum jam 5 sore pada hari – H.

- (k) *Media monitoring*, *story pitching*, *media clipping*, dan membuat laporan

Segera *monitoring* berita yang sudah dipublikasikan, dan mengirimkannya ke klien, menelpon media dengan teknik *story pitching* untuk menanyakan apakah berita tentang konferensi pers dapat dimuat atau tidak. *Media clipping* adalah mengumpulkan gambar atau potongan berita yang sudah dimuat untuk dimasukkan dalam laporan. Proses ini berlangsung selama 2 minggu setelah hari – H.

Saat penulis melaksanakan kerja magang di SKPRA untuk klien EASB Singapore penulis melaksanakan tahapan dari sebelum konferensi pers di Surabaya, pasca, sampai membuat laporan.

- f) Event Report

*Event report* merupakan laporan yang diberikan oleh Syandra Kwan Public Relations Agency kepada kliennya setelah melakukan sebuah project seperti konferensi pers.

Saat melaksanakan praktek kerja magang, penulis dipercayakan untuk menjadi *Project Manager* dari konferensi pers EASB Singapore yang diadakan di Surabaya. Penulis membuat segala keperluan dari persiapan, hari H, dan setelah konferensi pers

berlangsung, *Event report* dibuat dengan *deadline* maksimal 3 minggu setelah hari-H. *Event report* berisikan apa saja yang telah dikerjakan oleh Syandra Kwan PR Agency dan apa saja yang telah dihasilkan.

g) *Media Visit*

*Media visit* adalah berkunjung ke kantor media. Di penghujung bulan September penulis bersama *team* SKPRA dan Sanofi Indonesia melaksanakan *media visit* ke Femina Group di Setiabudi Kuningan. *Media visit* ini dilaksanakan tanggal 26 September 2013. *Media visit* dihadiri dari editor-editor dan *account executive* Femina Group dengan mengusung tema bahaya diabetes dan osteoporosis. Saat *media visit* penulis hanya menjadi *documenter*. Sebelum *media visit* berlangsung penulis membuat *possible Q & A* yang akan ditanyakan para editor kepada pihak Sanofi Indonesia.

h) *Media Behaviour*

*Media behaviour* adalah salah satu kegiatan yang wajib dilakukan oleh seluruh anggota SKPRA *team* setiap harinya. Penulis dan SKPRA *team* lainnya membaca majalah-majalah yang tersedia di kantor dan mengenali majalah tersebut dari grup media mana dan siapa *Editor in Chief* dari majalah tersebut. Selain itu SKPRA *team* khususnya penulis sebagai *media relations* harus mengetahui majalah tersebut membahas tentang apa dan apakah cocok dengan klien yang sedang ditangani.

i) *Press Release*

Menurut Soemirat dan Ardianto (2004:90) siaran pers atau *press release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* suatu organisasi /perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers /redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Syandra Kwan Public Relations Agency membuat *press release* dengan melakukan riset awal untuk mengumpulkan fenomena atau fakta yang akan dijadikan topik menarik di dalam *press release*. Tetapi untuk klien Samsonite dan American Tourister biasanya Syandra Kwan Public Relations Agency sudah mendapatkan *press release* dalam bentuk bahasa Inggris dan akan diterjemahkan oleh *media relations officer*.

Saat praktek kerja magang di Syandra Kwan Public Relations Agency penulis juga membuat *press release* untuk project yang dilakukan yaitu konferensi pers EASB Singapore di Surabaya. Untuk klien dari Samsonite dan American Tourister biasanya mereka setiap bulan akan mengirimkan *press release* dalam bahasa Inggris dan penulis atau rekannya akan menerjemahkan *press release* tersebut ke dalam bahasa Indonesia. Setelah *press release* tersebut diterjemahkan penulis akan mengirimkannya ke Ma'am Syandra dan apabila sudah diterima maka akan segera didistribusikan kepada seluruh media yang ada di dalam *media list*.

### 3.3.2 Kendala

- a) Saat menanyakan pada media apakah sudah menerima email *news release* mengenai Samsonite dan American Tourister, setelah itu menghubungi media lagi hanya selang satu dua hari menanyakan apakah *news release* tersebut bisa di publish. Hal ini membuat media bosan karena terus dihubungi oleh *media relations trainee* SKPRA. Apalagi setiap bulan rutin hal seperti ini dilakukan karena setiap bulan Samsonite mengirimkan *press release*.
- b) Mengikuti liputan atau konferensi pers yang diadakan oleh perusahaan konsultan lain. Aktivitas ini bertujuan agar *media relations officer* dan trainee dapat berkenalan dengan teman-teman media lain disana. Presiden Director SKPRA menginginkan banyak kenalan media dari satu konferensi pers sedangkan disana hanya mempunyai kesempatan

berkenalan saat jam makan dan sudah pasti penulis tidak hanya meminta kartu nama dan kontak kemudian pergi. Penulis juga berbincang dan dapat memakan waktu 10-15 menit dari satu teman media. Oleh karena itu dari satu liputan penulis hanya dapat mengumpulkan 5-10 kartu nama dan kontak. Penulis juga terkadang enggan untuk masuk apabila diminta pers ID karena penulis tidak memilikinya. Selain itu PD juga meminta penulis membawa *press release* dari konferensi pers tersebut. Terkadang penulis tidak dapat membawanya dikarenakan penulis mengisi daftar tamu media dengan memakai kantor media yang sama dengan teman wartawan penulis, jadi hanya diberikan satu.

- c) *President Director* menginginkan setiap orang di SKPRA untuk berani berkreasi dan mengutarakan ide-ide brilian tetapi saat penulis mengutarakan dan beberapa teman SKPRA mengutarakan, terkadang ide tidak dapat diterima dan PD terus menuntut ide-ide lainnya dan pada akhirnya beliau tetap saja memakai idenya sendiri.
- d) Komunikasi yang sering kali meleset antara penulis dan *president director*.

### 3.3.3 Solusi Terhadap Kendala

- a) Penulis menanyakan melalui sms atau bbm atau email agar media dapat santai membalasnya dan tidak bosan karena ditelpon secara terus menerus. Selain itu penulis juga biasanya langsung menanyakan apakah sudah diterima email dan memberitahukan apa isi *news release* di email tersebut dan langsung menanyakan apakah bisa dipublish atau tidak.
- b) Di dalam liputan penulis bergabung dengan wartawan yang memang sudah penulis kenal dan saat ia bergabung dengan teman wartawan yang lain penulis akan berkenalan juga dengan teman-temannya. *Press release* akan digandakan, foto, atau diemail oleh teman wartawan penulis.
- c) Mengikuti apa yang menjadi keputusan dari *President Director* SKPRA dan lebih mengimprovisasi diri lagi.
- d) *Office Manager* sangat mengerti maksud dan ide dari penulis sehingga biasanya beliau yang menyampaikannya dan menjelaskannya kembali pada *President Director*.