**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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

# BAB 3
# PRAKTIK KERJA LAPANGAN

## 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sesuai dengan fungsi taktis PR menurut Rosady Ruslan yakni memberikan informasi kepada khalayak tertentu sebagai target sasarnya, dalam hal ini PT Pertamina (Persero) pun harus melakukan hal tersebut agar tercipta pemahaman baik dari perusahaan maupun khalayak.

Selama praktik kerja di Pertamina, penulis ditugaskan di bagian *media relations* tepatnya sebagai *asistant officer* yang membantu dalam bidang pendistribusian berita ke media-media yang sudah bekerja sama, juga membantu dalam membuat program dan acara untuk Resepsi Pers. Penulis melakukan praktik kerja dibawah langsung oleh *Contact Center officer* Vega Pita dengan *manager media relations* Wianda Pusponegoro. Semua pekerjaan penulis harus dilaporkan kepada Vega Pita, pembimbing disana.

Penulis juga berkoordinasi dengan *manager* media terkait dengan penjadwalan serta publikasi yang dilakukan Pertamina selama beberapa bulan ke belakang serta melakukan presentasi terkait hal tersebut.

## 3.2 Tugas yang dilakukan

Secara garis besar tugas yang dilakukan penulis selama magang adalah mengawasi pemberitaan, dan mendistribusi berita-berita Pertamina ke media-media yang sudah bekerja sama. Untuk kewajiban tugas sehari-hari penulis selalu mengkliping berita-berita yang terkait dengan Pertamina dan disebarkan ke seluruh divisi yang ada di Pertamina dengan tujuan, semua divisi tahu posisi Pertamina sampai saat itu.

| **Hari** | **Tanggal** | **Uraian Kegiatan** |
|---|---|---|
| Senin | 1 Juli 2013 | *Briefing* dengan Suwardi dan Indah untuk pembekalan sebelum melaksanakan kegiatan PKL |



Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

| | | |
|---|---|---|
| | | 1 *Briefing* dengan *manager* media (Wianda Pusponegoro), Perkenalan ke fungsi-fungsi PT Pertamina (Persero)<br>2 Ke ruangan kliping, mempelajari cara me*monitor* media<br>3 Ke *Main Building* untuk membagikan *release* dan goodie bag ke teman-teman wartawan<br>4 Menelepon media-media untuk konfirmasi acara keesokan hari |
| Selasa | 2 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak (*Media monitoring*)<br>2 *Editing advertorial*<br>3 Pelatihan membuat siaran pers dengan mengikuti *style* Pertamina |
| Rabu | 3 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menerima dan menyusun bukti *Advertotial* dari Media Indonesia<br>3 Berpartisipasi dalam HSE *Meeting* dan acara ramah tamah menjelang Bulan Ramadhan bersama *Corporate secretary* PT Pertamina (Persero)<br>4 Menyiapkan materi *banner print* ad *Contact* Pertamina versi "Sepenuh Hati" untuk PortalKBR.com |
| Jumat | 5 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Mennerjemahkan buku tentang *Contact Center* |
| Senin | 8 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Melihat *website* Pertamina apa yang akan di revisi<br>3 *Editing* berita yang akan naik cetak esok hari tentang Pertamina *Soccer Star* Simprug |
| Selasa | 9 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Membicarakan konsep *event* AJP (Anugerah Jurnalistik Pertamina) |

| | | |
|---|---|---|
| | | 3 Mengirimkan berita tentang Pertamina *Soccer Star* Sorong dan Daftar Pemenang ke Media-Media untuk di cetak |
| Rabu | 10 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 *Pitching* dengan tender di ruang *procurement* |
| Kamis | 11 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menyusun *Term of Reference* (TOR) *"Digital Communication"* |
| Jumat | 12 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 *Pitching* dengan tender di ruang *procurement* |
| Senin | 15 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 *Briefing* dengan Pak Ghana *manager* data info mengenai Pertamina di ruang data info |
| Selasa | 16 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Minta rekap data ke *Contact Center* (*Contact* Pertamina) |
| Rabu | 17 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menyusun surat Penggunaan Spot Radio KBR68H |
| Kamis | 18 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Mengirimkan Order Pemuatan Iklan *Advertorial* kepada Majalah Sindo *Weekly* |
| Jumat | 19 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menjadi Salah Satu Juri Teknis dalam Pengadaan Jasa Penerbitan Media Internal Tahun 2013-2015<br>3 Berpartisipasi dalam acara Pengundian Tahap 3 *Pertamax & Fastron Go To Europe*, di Plaza Indonesia<br>4 Menonton bersama wartawan di XXI Plaza Indonesia |
| Senin | 22 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak |

| | | |
|---|---|---|
| | | 2 Menelpon Kompas, Media Indonesia, dan Antara Foto *follow up* wartawan yang meliput Safari Ramadhan Bersama Direktur Umum Pertamina ke *West* Madura *Offshore*, Pertamina Hulu Energi<br>3 Menerima dan menyusun bukti *Advertotial* dari majalah Sindo *Weekly*<br>4 Menelpon Metro TV, Tempo, dan Vivanews.com *follow up* keberangkatan Pemimpin Redaksi dalam Safari Ramadhan Bersama Direksi Pertamina ke Jambi Merang, Pertamina Hulu Energi |
| Selasa | 23 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Berpartisipasi dalam acara Buka Puasa Bersama Direktur Gas Pertamina dengan Redaktur Media di hotel Hyatt, Jakarta |
| Rabu | 24 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Berpartisipasi dalam acara Pengundian Internal Pertamina Pertamax & Fastron Go To Europe<br>3 *Re-write* Laporan tahunan *Corporate secretary* tahun 2009-2012 bagian Fungsi Media |
| Kamis | 25 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Berpartisipasi dalam acara Buka Puasa *Corporate Secretary* PT Pertamina (Persero) |
| Jumat | 26 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menyusun Evaluasi Laporan Tahunan *Corporate Secretary* fungsi Media tahun 2009-2013<br>3 Menelpon dan memastikan kehadiran media dalam acara Sahur on the road bersama Direksi Pertamina<br>4 Menyusun daftar hadir media |
| Senin | 29 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Distribusi *release* ke wartawan |
| Selasa | 30 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak |

| | | |
|---|---|---|
| | | 2 Menyiapkan *voucher* dan *goodie bag* serta Berpartisipasi dalam kegiatan Buka Puasa Bersama Direktur Pemasaran dan Niaga, Hotel Hyatt, Jakarta<br>3 Melakukan *Focus Group Discussion* mengenai pengisi acara dan *doorprize* Malam Anugerah Jurnalistik Pertamina 2013 |
| Rabu | 31 Juli 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Berpartisipasi dalam kegiatan Sidak Persiapan Hari Raya Lebaran bersama Direktur Utama dan Menteri ESDM di Terminal BBM (Depot) Plumpang milik Pertamina<br>3 Mempresentasikan hasil *Focus Group Discussion* untuk pengisi acara dan *doorprize* Malam Anugerah Jurnalistik Pertamina 2013 |
| Kamis | 1 Agustus 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Memperkenalkan anak PKL Baru |
| Senin | 12 Agustus 2013 | 1 Halal bihalal bersama jajaran direksi Pertamina di *Main Building*<br>2 *Media monitoring* |
| Selasa | 13 Agustus 2013 | 1 *Edit* Media Cetak tentang Larasati Penghuni Baru Terminal BBM Rewulu<br>2 Mengambil materi CSR ke divisi *Printed publication*<br>3 Mengerjakan Laporan Pertanggungjawaban koordinatoriat PSSI Pers |
| Rabu | 14 Agustus 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Melanjutkan LPPJ Kemarin<br>3 Men-*translate* dari Bahasa Indonesia ke Inggris untuk *Press release* |
| Kamis | 15 Agustus 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menelepon media untuk konfirmasi undangan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 3 | Fax undangan ke media-media |
| Jumat | 16 Agustus 2013 | 1<br>2<br>3 | Kliping Media Cetak<br>Membuat pedoman penggunaan media sosial untuk Pertamina<br>*Translate* dan menganalis jenis pengguna *twitter* |
| Senin | 19 Agustus 2013 | 1<br>2 | Kliping Media Cetak<br>Observasi *twitter* Pertamina |
| Selasa | 20 Agustus 2013 | 1<br>2<br>3 | Kliping Media Cetak<br>Menelfon media untuk konfirmasi undangan acara Penyerahan Unit Mobil Mamografi<br>Mengalisis cara untuk meningkatkan *followers* dan *engangment* terhadap publik Pertamina |
| Rabu | 21 Agustus 2013 | 1<br>2<br>3 | Kliping Media Cetak<br>Menelfon media untuk konfirmasi undangan acara Penyerahan Unit Mobil Mamografi<br>Rapat *social media report* |
| Kamis | 22 Agustus 2013 | 1<br>2<br>3 | Kliping Media Cetak<br>Mengikuti acara Penyerahan Unit Mobil Mamografi di Pertamina<br>Mengirim *advertorial release* |
| Jumat | 23 Agustus 2013 | 1<br>2<br>3 | Kliping Media Cetak<br>Membuat surat penugasan untuk liputan acara APEC dalam bahasa inggris<br>Me*monitor*i wawancara penelitian P2EB kepada Dirut Pertamina kepada Majalah Sindo *Weekly* |
| Senin | 26 Agustus 2013 | 1<br>2 | Kliping Media Cetak<br>Analisis dan membandingkan acara Anugerah Jurnalistik dari perusahaan lain |
| Selasa | 27 Agustus 2013 | 1<br>2 | Kliping Media Cetak<br>Merevisi perbandingan acara AJP di hari sebelumnya |

| | | |
|---|---|---|
| | | 3 Mengobservasi dan membandingkan *website* perusahaan minyak dan gas lainnya<br>4 Survey tempat ke Hotel Grand Hyatt, Mulia, dan Ritz Carlton untuk pelaksanaan seminar Pertamina |
| Rabu | 28 Agustus 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Mengobservasi dan membandingkan *website* perusahaan minyak dan gas lainnya<br>3 Survey tempat ke Hotel Shangrilla untuk pelaksanaan seminar Pertamina |
| Kamis | 29 Agustus 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Membuat Laporan tentang hotel-hotel yang sudah di survey dengan data yang diperlukan |
| Jumat | 30 Agustus 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menelepon Media-media untuk hadir dalam kegiatan konferensi pers |
| Senin | 2 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menyusun Evaluasi Laporan Tahunan *Corporate Secretary* fungsi Media tahun 2009-2013<br>3 Menelpon dan memastikan kehadiran media dalam acara Sahur on the road bersama Direksi Pertamina<br>4 Menyusun daftar hadir media |
| Selasa | 3 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Kirim undangan lewat fax ke media dan konfirmasi melalui telepon |
| Rabu | 4 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Kunjungan pers hari pelanggan nasional di SPBU Daan Mogot<br>3 Acara penandatanganan BBG di Daan Mogot dengan Jokowi, Jero Wacik, dan Dirut Pertamina |
| Kamis | 5 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Cek kehadiran media yang ikut |

| | | |
|---|---|---|
| | | 3 Membantu mempersiapkan penandatanganan PJBG Transportasi antara Pertamina dan KKKS Daan mogot<br>4 Membuat *database absen* media<br>5 Menulis laporan keuangan<br>6 Mencari jasa pembuatan animasi |
| Senin | 7 September 2013 | 1 Mengikuti presentasi laporan kinerja *Contact* Pertamina 6 bulan terakhir dengan konsultan CIKA Indonesia<br>2 Kliping media cetak |
| Selasa | 10 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Mereview buku tentang *Contact Center* dan merangkumnya |
| Rabu | 11 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Diskusi tentang Anugerah Jurnalistik Pertamina |
| Kamis | 12 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Menulis laporan keuangan untuk media<br>3 Mengkoreksi *advertorial* yang akan dikirim |
| Jumat | 13 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 Mengirim *advertorial* ke media Indonesia, Gatra, Suara Karya |
| Senin | 16 September 2013 | 1 Kliiping Media Cetak<br>2 Ke *Main Building Briefing* HSE<br>3 *Press conference* Rekan – Rekan Media |
| Kamis | 19 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 *Filling* administrasi kegiatan pertamina |
| Jumat | 20 September 2013 | 1 Kliping media cetak<br>2 Pindah ruangan karena aka nada inspeksi dari *Corporate Secretery* untuk melihat kebersihan ruangan |

| | | |
|---|---|---|
| | | 3 Mengkoreksi *advertorial* yang sudah dibuat oleh Media Indonesia, Gatra, Suara Karya |
| Senin | 23 September 2013 | 1 Klipping media cetak<br>2 Membantu membuat laporan keuangan dari pengeluaran divisi *media relations* |
| Selasa | 24 September 2013 | 1 Klipping media cetak<br>2 *Filling* administrasi kegiatan Pertamina |
| Rabu | 25 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 *Filling* administrasi kegiatan di Pertamina |
| Kamis | 26 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 *Filling* administrasi kegiatan di Pertamina |
| Jumat | 27 September 2013 | 1 Kliping Media Cetak<br>2 *Filling* administrasi kegiatan di Pertamina |
| Senin | 30 September 2013 | 1 Perpisahan dengan *officer* dan *manager* divisi *media relations* di Pertamina<br>2 Kliping Media cetak |

| **Bulan** | **Juli** | | | | **Agustus** | | | | **September** | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Aktivitas/Minggu** | **I** | **II** | **III** | **IV** | **I** | **II** | **III** | **IV** | **I** | **II** | **III** | **IV** |
| **Resepsi Pers** | | | | | | | | | | | | |
| **Konferensi Pers** | | | | | | | | | | | | |
| **Siaran Pers** | | | | | | | | | | | | |
| **Wawancara Pers** | | | | | | | | | | | | |
| **Kunjungan Pers** | | | | | | | | | | | | |
| **Peliputan Media** | | | | | | | | | | | | |

**Tabel 2.9 Timeline Aktivitas *Media relations***

## 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

*a. Media monitoring*

Kegiatan yang dilakukan penulis dalam kesehariannya adalah me*monitor* semua media-media terkait dengan pemberitaan dari pertamina baik positif maupun negatif. *Media monitoring* adalah kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau sumber lain yang kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang.

Setiap harinya, penulis me*monitor*i sedikitnya 35 media cetak dan online. Media tersebut diantaranya, Kompas, Media Indonesia, Republika, Suara Pembaruan, *The Herald Tribune*, Suara Karya, Indopos, Pos Kota, Koran Tempo, Otomotif, Pikiran Rakyat, Seputar Indonesia, Sinar Harapan, *Investor Daily*, Motor Plus, Neraca, Pelita, Bisnis Indonesia, Rakyat Merdeka, *Auto Bild*, Koran Jakarta, Kontan, Berita Kota, Warta Ekonomi, Terbit, Warta Kota, Majalah *Trust*, Sentana, Jurnal Nasional, Majalah Tempo, Majalah Forum, Majalah Gatra, Jakarta *Glove*, *The Jakarta Post*, dan *The Wall Street Journal*, Okezone.com, kompas.com, liputan6.com, jpnn.com, dan metrotvnews.com.

Media-media di atas adalah media yang sudah merupakan target sasar Pertamina sesuai dengan pembacanya. Berdasarkan kategori perusahaan, yakni BUMN. Maka media tersebut tergabung dalam *middle up* media dan *middle bottom* media. Dalam me*monitor* berita tersebut, Pertamina mendata nama media yang mempublikasi berita tersebut, tanggal penerbitan, bulan penerbitan serta halaman dari media cetak tersebut. Setelah semua disusun, klippingan ini diperbanyak sebanyak 17 set, dibagikan ke divisi-divisi terkait, dan di scan untuk disebarkan dalam intranet.

Seorang *Public Relations Officer* (PRO) melakukan *monitoring* di sejumlah media nasional maupun internasional, menganalisis, kemudian mengevaluasi. Kegiatan ini untuk mengantisipasi setiap perubahan yang mungkin saja berdampak negatif terhadap perusahaan, misalnya pemberitaan Pertamina yang sebelumnya positif, tiba-tiba muncul berita negatif.



Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

Hal ini dapat diukur dan dilihat dari seberapa besar dampak yang sedang terjadi terhadap Pertamina. Seperti contoh misalnya pada waktu krisis kenaikan BBM beberapa waktu lalu, pemberitaan media melonjak hingga 200 publikasi per harinya. Semua media mempublikasikan dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Dalam kasus seperti ini, dapat dilihat dimanakah posisi Pertamina sampai saat itu. *Media monitoring* ini juga berfungsi sebagai evaluasi untuk Pertamina apakah setiap pesan yang disampaikan oleh Pertamina sudah diketahui oleh publik dan menciptakan pengertian atas pesan tersebut atau belum. Menurut Indrawadi Tamin (2004), salah satu peran PR dalam rangka membina saling pengertian pada publiknya adalah melakukan *monitoring* dan evaluasi.

b. Siaran Pers

*Press release*/siaran pers adalah media yang paling sering digunakan oleh PR untuk menyebarkan informasi perusahaan kepada publik dalam mencapai publisitas. *Officer* dari divisi *media relations* Pertamina, selalu rutin membuat *press release* setiap adanya kegiatan dari perusahaan ataupun ketika perusahaan harus menginformasikan sesuatu yang belum diketahui publik. Isi pesan dari *press release* tersebut selalu untuk menginformasikan sesuatu dan mengedukasi publik. Misalkan, penulis membantu dalam pembuatan *press release* mengenai informasi pemasangan RFID (*Radio Frequency Identification*) ketika terjadi ketidakjelasan informasi mengenai harga yang harus dibayarkan ketika pemasangan serta tidak bisanya mengisi BBM jika tidak memasang. Berdasarkan hal tersebut, maka *release* yang dibuat pun harus memenuhi semua pertanyaan publik sehingga mempunyai nilai berita serta berdampak bagi publik. Untuk masalah ini, *release* dibuat sesuai dengan format 5W + 1H dan memenuhi semua pertanyaan publik. Dalam *release* tersebut, *Vice president Corporate communications* memberikan statement yang jelas mengenai pemasangan RFID yang tidak dipungut biaya sepeser pun dan tidak mempengaruhi pengisian BBM untuk yang belum memasangnya. Pesan-pesan yang disampaikan diatas sudah menjawab semua pertanyaan publik, dan seperti itulah seharusnya *release* dibuat. Inilah yang akan diberikan media sebagai sumber informasi khalayak sehingga perusahaan mendapatkan publisitas positif.



Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

c . Me-*review* artikel untuk placement di media-media

*Placement media* adalah sebuah penempatan pemberitaan di kolom Penulis diminta untuk me-*review* artikel CSR untuk ditayangkan di media-media yang sudah bekerjasama dengan perusahaan di hari-hari yang sudah disepakati. Dalam placement ini, pemberitaan media serta informasi yang dikeluarkan perusahaan bisa dikontrol karena semua pesan yang tertulis dalam *placement* ditulis sama persis dengan apa yang perusahaan mau. Tidak hanya pesannya, namun *design* dan jenis *font* di majalah pun sesuai dengan permintaan perusahaan. Penulis banyak sekali mereview artikel-artikel berbayar ini. Seperti contohnya koreksi artikel berjudul "Rezeki Mangrove Ali Mansyur", "Panen Durian Monthong", "Tak Sangka Bisa Kuliah", "Raih Gelah The Best Player", "CSR Sehati Belawan", "Dirut Pertamina Mengunjungi Korban Bakar". "Direksi Mengajar", "Penanaman 100 Juta Pohon di Indonesia", "Bantuan Kaki Palsu", "Ni Nyoman", "Desa Kerumbi", dsb.

Setelah di *review*, artikel tersebut di distribusikan kepada *Account Executive* dari media-media yang sudah bekerja sama. *Account executive* ini mempunyai peran untuk bernegosiasi masalah harga dan kolom yang akan didapat oleh perusahaan, dan juga penerus artikel yang diberikan oleh perusahaan kepada tim mereka yang mengatur *placement* media. Penulis cukup beruntung karena dipercayakan untuk mengambil peran dalam koreksi dan pendistribusian pesan kepada semua *account executive*. Atas konsistensi yang selalu dilakukan tersebut, penulis mengenal semua *account executive* dari media-media mainstream ataupun tidak. Dengan demikian, penulis mendapatkan jaringan dengan media untuk karir penulis ke depannya.

d. Konferensi Pers

*Press conference*/konferensi pers merupakan pertemuan antara wakil suatu lembaga/perusahaan dengan para wartawan untuk memberikan informasi beserta penjelasan secara bertanyajawab mengenai suatu persoalan. (Effendy, 1998: 282). Dalam hal ini wartawan diundang oleh perusahaan dalam sebuah kegiatan atau dalam sebuah diskusi tanya jawab terkait dengan masalah yang sedang terjadi. Para wartawan yang hadir, diberi*kan press kit*/*goody bag* yang di dalamnya berisi *press release*, cd, majalah,



Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

ataupun hal-hal yang terkait dengan informasi yang ingin disampaikan. Penulis mengikuti beberapa *press conference* selama melakukan praktik kerja di Pertamina. Salah satunya adalah mengenai penggunaan bahan bakar gas kepada mobil-mobil TNI.

*Press conference* ini dihadiri oleh *corporate secretary* Nursatyo Argo serta beberapa direksi. Pesan yang disampaikan dalam *press conference* tersebut mengenai dukungan pemerintah terhadap program *go green*. Pemakaian bahan bakar gas ini akan perlahan digunakan oleh seluruh kendaraan pemerintahan yang akan menjadi contoh bagi publik untuk menggunakan transportasi yang berbahan bakar gas. Setelah *press conference* berlangsung, maka para wartawan diberikan waktu untuk tanya jawab atas pesan-pesan yang belum jelas. Peran PR dalam hal ini adalah sebagai fasilitator komunikasi perusahaan dengan media yang akan mempublisitaskan kegiatan ini.

e. Resepsi Pers

Resepsi Pers merupakan kegiatan yang dilakukan secara konsisten oleh perusahaan dimana pers diundang untuk bertemu dengan jajaran direksi ataupun *officer* dan *manager* dari perusahaan dengan suasana yang informal. Dalam hal ini wartawan atau media dipersilahkan untuk menanyakan hal-hal yang perlu dipertanyakan secara santai dan relaks. Dalam hal ini penulis mendapat kesempatan untuk mengikuti resepsi pers dengan pemimpin-pemimpin redaksi dalam rangka buka puasa bersama di Hotel Mulia Senayan yang dihadiri oleh Direktur Utama Pertamina Karen Agustiawan dengan membahas mengenai posisi keuangan Pertamina sampai saat itu. Pertemuan ini menciptakan pemahaman serta pengertian bagi pemimpin redaksi terhadap kondisi Pertamina saat itu.

f. Peliputan Kegiatan

Peliputan kegiatan dilakukan oleh sebuah institusi yang melakukan sebuah acara yang di dalamnya terkandung nilai berita dan mengundang wartawan untuk meliput acara tersebut. Tujuan dari hal ini adalah untk mendapatkan publisitas di media-media dari wartawan yang diundang, agar publik mengetahui dan mempengaruhi opini publik dari kegiatan perusahaan tersebut. Dalam hal ini, penulis turut membantu Pertamina untuk menghubungi wartawan-wartawan dari media nasional. Tidak hanya itu, penulis juga



Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013

menjamu para wartawan ketika sampai di lokasi dengan memberikan makan siang, membuat daftar *absen*, memberikan *goody bag*, memberikan *voucher* BBK, dan menghibur wartawan dengan bercerita dan mendekatkan diri selama perjalanan menuju lokasi peliputan.

g. Kunjungan Pers

Kunjungan Pers menurut Firsan Nova (2009 : 213) adalah mengajak wartawan untuk berkunjung ke suatu lokasi, baik yang berada di lingkungannya, maupun ke tempat lokasi yang memiliki kaitan erat dengan kiprah lembaga atau instansi terkait. Dalam hal ini, penulis berkunjung bersama wartawan ke daerah depot dari pembuatan bensin, solar, dan avtur di Plumpang. Disana penulis belajar bagaimana Pertamina ingin mengedukasi para wartawan dan memperlihatkan kesiapan Pertamina dalam menyediakan bensin pada saat Bulan Ramadhan tiba.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah kendala-kendala yang dihadapi penulis selama melakukan praktik kerja magang :

1. Setiap harinya, penulis harus membaca dan me*monitor* media-media sedikitnya 35 media baik media cetak maupun *online*. Hal ini berpengaruh terhadap pengerjaan kliping yang memakan waktu lama sehingga pekerjaan yang lain pun terbengkalai dan tidak bisa dikerjakan secara maksimal.

### 3.3.3 Solusi dari Kendala yang Ditentukan

Berikut adalah solusi-solusi yang dapat mengatasi kendala di atas :

**1.** Divisi media harus memanfaatkan digital *monitoring* yang sudah disewa yang disediakan oleh konsultan-konsultan PR Pertamina. Hal ini dapat mempermudah pekerjaan namun memaksimalkan performa kerja untuk tidak membuang waktu menggunting dan menempel lebih dari 35 surat kabar tersebut. Dalam digital platform khusus *media monitoring* ini sudah mencakup *tone* dalam pemberitaan, PR *Value* yang terkandung, dan jumlah pemberitaan yang sudah dikategorikan menurut jenisnya.



Aktivitas media relations..., Timothy Gerard Z. Kurniawan, FIKOM UMN, 2013