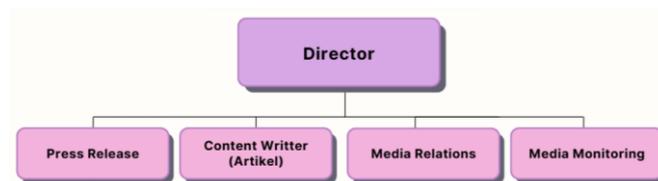


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melakukan magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, posisi magang yang tersedia adalah *Media Relations*. Tanggung jawab utama posisi ini mencakup pengembangan ide untuk konten artikel dan siaran pers yang akan dipublikasikan di situs web GMLS (<https://gmls.org>). Tugas ini juga meliputi proses pengunggahan konten ke situs web serta pemantauan setiap konten yang telah diunggah, termasuk melakukan *monitoring* media yang menerbitkan siaran pers dari Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Selain itu, magang di divisi Media Relations ini juga bertanggung jawab untuk membuat artikel dan siaran pers. Mereka juga berperan dalam menjalin hubungan dengan berbagai media untuk memperluas jaringan Gugus Mitigasi Lebak Selatan.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi Media Relations

Divisi Media Relations terdiri dari empat sub divisi yang masing-masing memiliki peran penting dalam manajemen komunikasi dan hubungan dengan media, diantaranya:

- 1) *Press Release*, memiliki tugas utama dalam menyusun dan mendistribusikan siaran pers yang berisi informasi penting tentang organisasi, acara, atau berita terkini yang perlu disampaikan kepada publik melalui media.

- 2) *Content Writer* (Artikel), bertanggung jawab untuk menulis artikel dan konten lainnya yang berkaitan dengan organisasi, baik untuk publikasi di media maupun untuk keperluan internal. Mereka memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas, informatif, dan sesuai dengan tujuan komunikasi.
- 3) *Media Relations*, memiliki tugas utama dalam membangun dan menjaga hubungan baik dengan jurnalis dan media. Mereka berperan sebagai penghubung antara organisasi dan media, serta mengelola komunikasi untuk memastikan pesan organisasi tersampaikan dengan baik.
- 4) *Media Monitoring*, bertanggung jawab untuk mengawasi dan menganalisis pemberitaan media mengenai organisasi. Mereka mengumpulkan data tentang bagaimana organisasi diberitakan di berbagai platform media, yang membantu dalam mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang telah diterapkan.

Selama periode magang, divisi Media Relations diwajibkan untuk melaporkan semua proses terkait tugas yang diberikan kepada Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan, Anis Faisal Reza, yang juga berfungsi sebagai pembimbing lapangan. Secara khusus, artikel dan siaran pers yang berkaitan dengan program kerja serta kegiatan GMLS harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari Anis Faisal Reza sebelum konten tersebut diunggah ke *website* GMLS dan disebarluaskan kepada perwakilan media yang bermitra dengan GMLS. Selain menjalankan tugas utama di divisi Media Relations. Pembuatan siaran pers juga menjadi bagian dari tugas yang dilakukan, di mana divisi Media Relations bekerja sama dengan tim *copywriting* dalam proses penyusunan berita yang kemudian dituangkan ke dalam siaran pers.

### **3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang**

Selama program magang yang berlangsung selama 640 jam di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, berbagai tugas telah dilakukan, termasuk penyusunan *draft* siaran pers, penulisan artikel, distribusi siaran pers ke media, serta *monitoring*. Kegiatan ini memerlukan pemahaman dasar mengenai *media relations* agar dapat

menjalankan tugas dengan efektif dan berkontribusi pada pencapaian tujuan komunikasi.

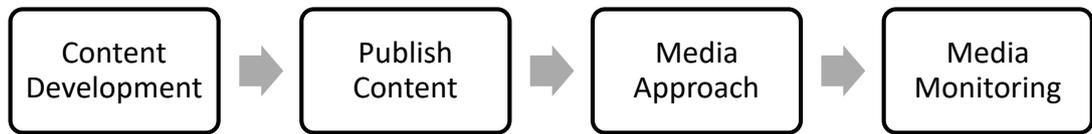
### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama divisi Media Relations di GMLS meliputi pelaksanaan tanggung jawab yang berkaitan dengan *media relations*. Selama masa magang, aktivitas yang dilakukan telah ditetapkan dan disepakati bersama. Berikut merupakan rincian aktivitas yang dilakukan divisi Media Relations selama magang di GMLS, antara lain:

Tabel 3.1 Uraian Tugas Magang

| AKTIVITAS                  | BULAN |   |   |   |   |
|----------------------------|-------|---|---|---|---|
|                            | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <i>Content Development</i> |       |   |   |   |   |
| • <i>Research</i>          |       |   |   |   |   |
| • <i>Content Plan</i>      |       |   |   |   |   |
| • <i>Content Creation</i>  |       |   |   |   |   |
| • <i>Review</i>            |       |   |   |   |   |
| <i>Publish Content</i>     |       |   |   |   |   |
| <i>Media Approach</i>      |       |   |   |   |   |
| <i>Media Monitoring</i>    |       |   |   |   |   |

Alur proses kegiatan magang dimulai dengan *content development*, yaitu perencanaan dan pembuatan konten yang relevan untuk audiens target. Setelah itu, konten tersebut disebarluaskan melalui berbagai saluran dalam tahap *publish content*, seperti *press release*. Selanjutnya, dilakukan *media approach*, yaitu menjalin hubungan dengan media untuk memastikan pesan tersampaikan secara efektif dan mendapatkan liputan yang diinginkan. Terakhir, proses diakhiri dengan *media monitoring*, yang bertujuan memantau dan menganalisis respons publik serta media terhadap konten untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.



Gambar 3.2 Alur Proses Kegiatan

1. **Content Development:** Melakukan segala persiapan produksi konten mulai dari melakukan riset untuk konten berita yang ingin dibuat, membuat perencanaan terhadap konten dari hasil riset, membuat konten, dan mengirimkan hasil konten kepada Anis Faisal Reza untuk melakukan peninjauan kembali sebelum konten diunggah.
2. **Publish Content:** Melakukan publikasi hasil konten siaran pers dan artikel di *website* GMLS.
3. **Media Approach:** Membuat *media listing* dan melakukan *approach* media untuk nantinya menyebarkan konten siaran pers yang telah dibuat.
4. **Media Monitoring:** Melakukan pemantauan dan analisis informasi yang beredar di berbagai platform media terkait berita yang disebarkan, dan melakukan *list* media mana saja yang menerbitkan berita.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

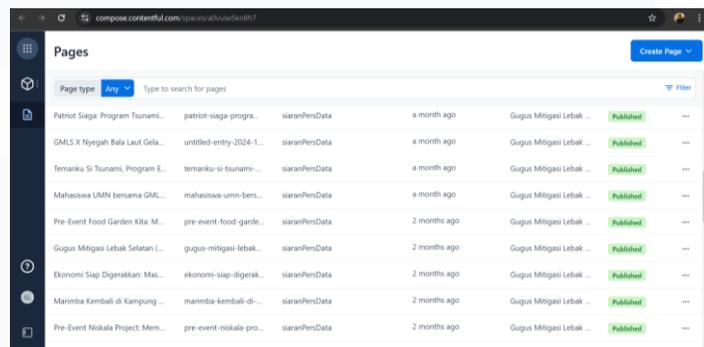
Magang di divisi Media Relations akan terlibat dalam berbagai tugas yang berkaitan dengan *public relations* dan hubungan media. Tugas utama yang akan dikerjakan dibagi menjadi dua, yaitu *PR Writing* dan *Media Relations*.

#### a. *PR Writing*

*PR writing* merupakan kegiatan tulis-menulis yang dilakukan oleh praktisi *public relations* dan menghasilkan produk-produk yang berisi tulisan untuk membangun citra dan opini publik yang positif (Ruslan, 2014). *PR writing* adalah kegiatan yang melibatkan penulisan berbagai materi komunikasi yang digunakan oleh praktisi hubungan masyarakat. *PR writing* mencakup kemampuan untuk mengembangkan materi komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu memengaruhi perilaku atau sikap publik.

Dalam praktiknya *PR writing* mencakup berbagai jenis tulisan, seperti siaran pers atau karya tulis yang paling umum digunakan untuk

menyebarkan informasi melalui media. Ada juga artikel *feature*, atau artikel yang ditulis untuk isu tertentu dengan tujuan menghibur atau menganalisis. Ada juga brosur iklan, yaitu materi promosi untuk menyampaikan informasi kepada publik. Lalu ada laporan tahunan, atau dokumen resmi yang merangkum aktivitas dan kinerja organisasi selama setahun.



Gambar 3.3 Membuat Siaran Pers

Dalam hal ini, salah satu tugas yang dilakukan, yang pertama yaitu siaran pers. Divisi *Media Relations* ditugaskan dalam membuat siaran pers terkait acara-acara yang sedang dilakukan seperti acara Marimba yang diadakan di Desa Situregen. Lalu ditugaskan untuk membuat siaran pers terkait acara Marimba tersebut yang nantinya akan di upload di *website* Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

### 1. *Content Development*

*Content development* merupakan proses perencanaan, pembuatan, dan penyampaian konten dalam berbagai format untuk melibatkan dan menginformasikan khalayak sasaran (Hollis, 2018). Definisi ini menyoroti aspek perencanaan dan penyampaian konten yang efektif untuk audiens sasaran. *Content development* ini merupakan tugas yang dilakukan dalam magang di divisi Media Relations. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh GMLS, termasuk

aktivitas terkait kebencanaan. Dalam proses pembuatan konten, divisi Media Relations bertanggung jawab dalam mengembangkan ide konten yang dibuat ke dalam *press release*.

*Press release* merupakan informasi yang disiarkan untuk pers (Bivins, 2015). Dalam menyusun *press release*, divisi Media Relations terlebih dahulu mengikuti rangkaian aktivitas yang dilaksanakan di GMLS. Selama kegiatan berlangsung, divisi Media Relations akan mencatat poin-poin yang akan menjadi materi dalam *press release*. Setelah mendapatkan seluruh materi yang dibutuhkan, selanjutnya akan menyortir materi yang ada ke dalam poin utama yang akan dimasukkan ke dalam pesan yang ingin disampaikan melalui *press release*. Langkah selanjutnya adalah menyusun kerangka *press release*.



Gambar 3.4 Membuat *Press Release*

*Draft press release* yang telah dibuat kemudian diserahkan kepada pembimbing lapangan, Anis Faisal Reza untuk diperiksa sebelum masuk ke dalam tahap produksi. Selama masa magang, magang di divisi Media Relations terlibat dalam penyusunan *press release* untuk kegiatan Marimba, Safari Kampung, Sirene Mandiri Desa, dan Nawasena.



Gambar 3.5 Meminta *Review Press Release*

Salah satu konsep dalam pembuatan *press release* adalah dengan menggunakan metode piramida terbalik (Flesch, 1949), yang digunakan untuk penulisan *press release* dan artikel. Metode ini menekankan bahwa informasi paling penting harus dicantumkan di bagian awal dari rilis yang akan dipublikasikan ke media. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian publik dan membantu mencapai tujuan penulis. Penulisan *press release* juga mengikuti konsep 5W + 1H (*What, Who, When, Where, Why, dan How*). Dengan demikian audiens dapat dengan mudah menemukan informasi penting terkait topik yang berhubungan dengan organisasi.

## 2. *Publish Content*

*Publish content* adalah tindakan membuat informasi tersedia untuk public melalui berbagai format dan saluran, dengan tujuan untuk melibatkan dan menginformasikan audiens tertentu (Pulizzi, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa penerbitan konten bertujuan untuk menjangkau dan melibatkan audiens yang ditargetkan. Dalam konteks yang lebih luas “*publishing*” mencakup berbagai tahapan, mulai dari pengeditan naskah hingga distribusi konten kepada konsumen. Ini tidak hanya

terbatas pada buku atau materi cetak, tetapi juga mencakup konten digital seperti artikel, blog, dan video. Hal ini menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa informasi dapat diakses oleh audiens yang lebih luas. Ini membantu dalam membangun hubungan antara pencipta konten dan audiens serta meningkatkan visibilitas konten tersebut di berbagai platform. Ini juga menjadi bagian integral dari proses komunikasi yang memungkinkan informasi untuk dibagikan dan diakses oleh masyarakat luas. Dalam hal ini, setelah proses produksi konten selesai dan konten tersebut telah disetujui oleh pembimbing, dan akan melakukan publikasi ke *website* GMLS.



Gambar 3.6 Siaran Pers di *Website* GMLS

*Website* ini berfungsi sebagai platform untuk menerbitkan *press release* yang telah diproduksi oleh tim *media relations*. Tujuannya adalah agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersebar luas kepada masyarakat.

#### **b. *Media Relations***

*Media relations* adalah upaya yang dilakukan oleh PR untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif dan produktif dengan media massa (Darmastuti, 2012). *Media relations* menjadi aspek krusial dalam *public relations* yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang positif antara organisasi dan media massa. Dalam konteks ini, media mencakup berbagai bentuk komunikasi, termasuk media cetak, elektronik, dan digital. Tujuan utama dari *media relations* adalah untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan

oleh organisasi dapat dipublikasikan secara efektif, sehingga membangun citra positif dan reputasi di mata publik.

Salah satu fungsi utama *media relations* adalah penanganan krisis. Ketika organisasi menghadapi isu negatif atau berita buruk. *Media relations* berperan dalam menyampaikan informasi yang menekankan upaya perbaikan dan hal-hal positif terkait organisasi tersebut. Dalam situasi seperti ini, penting bagi *public relations* untuk mengakui kesalahan dan memberikan informasi yang transparan mengenai langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki situasi. Dengan cara ini, hubungan antara organisasi dan media dapat tetap terjaga meskipun dalam kondisi sulit.

*Media relations* juga mencakup berbagai aktivitas strategis yang dilakukan oleh tim *public relations*. Kegiatan-kegiatan ini meliputi penyusunan *press release*, penyelenggaraan konferensi pers, serta pengorganisasian acara-acara untuk media seperti *gathering*. *Press release* merupakan alat komunikasi penting yang digunakan untuk menginformasikan media tentang berita terbaru atau kegiatan penting dari organisasi (Kriyantono, 2012). Konferensi pers memungkinkan organisasi untuk memberikan informasi langsung kepada wartawan dan menjawab pertanyaan mereka secara *real-time*.

Selain itu, *monitoring media* merupakan bagian integral dari *media relations*. Kegiatan ini melibatkan pemantauan berita dan isu yang berkaitan dengan organisasi di berbagai platform media. Dengan melakukan *monitoring*, organisasi dapat mengevaluasi bagaimana mereka diberitakan di media dan merespons isu-isu yang muncul dengan cepat. Hal ini membantu menjaga citra positif dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik akurat.

*Media relations* juga memiliki dampak signifikan terhadap perilaku publik. Media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini masyarakat. Oleh karena itu, membangun hubungan baik dengan wartawan dan editor memungkinkan organisasi untuk memastikan

bahwa pesan mereka disampaikan dengan cara yang sesuai dan efektif. Ketika hubungan ini terjalin dengan baik, kepercayaan publik terhadap organisasi juga akan meningkat.

Secara keseluruhan, *media relations* adalah elemen penting dalam strategi komunikasi organisasi. Melalui hubungan yang baik dengan media, organisasi dapat membangun reputasi positif, mengelola krisis dengan lebih efektif, dan memastikan bahwa informasi penting sampai kepada audiens yang tepat. Dengan demikian, *media relations* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata publik.

### **1. *Media Approach***

*Media approach* adalah proses aktif dalam membangun hubungan dengan wartawan dan editor untuk memastikan bahwa informasi organisasi disampaikan secara akurat dan efektif kepada publik (Smith, 2017). *Media approach* tidak hanya sekadar mengirimkan informasi, tetapi juga menciptakan dialog dengan media untuk mendapatkan umpan balik dan membangun hubungan jangka panjang. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dan dipublikasikan oleh media, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. *Media approach* mencakup berbagai teknik dan metode, termasuk penyusunan *press release*, pengorganisasian konferensi pers, serta kegiatan lainnya yang dirancang untuk menarik perhatian media.

Tugas utama para magang di GMLS adalah menjalin hubungan dengan media untuk mendistribusikan rilis informasi yang telah disiapkan. Aktivitas ini bertujuan agar masyarakat luas dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh GMLS. Dengan membangun hubungan baik dengan media, diharapkan dapat tercipta dukungan, terutama GMLS menyelenggarakan

kegiatan yang layak dipublikasikan. Kerjasama ini menguntungkan kedua belah pihak; media membutuhkan konten untuk publikasi, sementara Gugus Mitigasi Lebak Selatan memerlukan eksposur dari media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara efektif dan efisien.

Dalam menjalin hubungan dengan media, tugas meliputi kolaborasi dengan berbagai outlet untuk membantu menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang telah dilakukan. Saat proses penyebaran informasi, rilis disertai dengan dokumentasi kegiatan yang relevan. Sebelum distribusi informasi, langkah awal yang dilakukan adalah penelitian. Langkah ini bertujuan untuk mengumpulkan data, termasuk daftar kontak media yang akan dihubungi, guna memperluas jangkauan audiens. Tim Media Relations juga memastikan bahwa setiap kontak yang diperoleh masih aktif di perusahaan media terkait. Setelah data kontak diverifikasi, informasi tersebut dimasukkan ke dalam spreadsheet yang memuat nomor kontak masing-masing media. Setelah tahap penelitian selesai, langkah selanjutnya adalah perencanaan aksi atau *action planning*. Pada tahap ini, pengembangan tujuan dan strategi dilakukan untuk memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi. Strategi yang efektif harus dapat memperhatikan audiens target serta pesan yang ingin disampaikan. Dalam konteks ini, Gugus Mitigasi Lebak Selatan juga merumuskan strategi untuk meningkatkan kemandirian dalam kesiapsiagaan bencana. Strategi tersebut akan diterapkan melalui rilis dan artikel yang disebarkan kepada media untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai kesiapsiagaan bencana. Oleh karena itu, tahap ini merencanakan penyebaran konten dengan merancang rilis agar dapat tersebar luas di berbagai media.

Memasuki tahap komunikasi atau *communications*, strategi dan taktik yang telah dirumuskan sebelumnya mulai diimplementasikan. Salah satu langkah yang dilakukan adalah melalui divisi Media Relations, yang bertugas menjalin hubungan dengan media untuk memperkenalkan organisasi GMLS. Dalam upaya ini, perusahaan berusaha membangun komunikasi setara dengan berbagai kelompok organisasi demi mencapai pengaruh yang positif. Berbagai kegiatan telah dilaksanakan oleh divisi Media Relations selama proses ini berlangsung. Di antaranya adalah acara Sirene Mandiri Desa, Nawasena, Marimba, dan Safari Kampung. Berbagai aktivitas ini dirancang untuk menjadi bahan pemberitaan, yang nantinya akan dituangkan dalam *press release* dan disampaikan ke media.



Gambar 3.7 Salah Satu Kegiatan GMLS (Marimba)

Dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan, terdapat media yang dihubungi untuk mendukung penyebaran publikasi *press release*. Media yang diajak berkolaborasi mencakup media internal, media lokal di wilayah Banten, serta media dari grup KG (Kompas Group). Daftar media yang ada merupakan hasil riset yang dilakukan oleh tim *Media Relations*, yang bertujuan

untuk memperluas jangkauan publikasi agar dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas.

| Media Lokal Banten |                |                      | MEDIA GRUP KC |                 |                 | Media Eksternal |                |                 |
|--------------------|----------------|----------------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| No.                | Nama           | Media                | No.           | Nama            | Media           | No.             | Nama           | Media           |
| 1                  | Aan            | Kabaranews.com       | 1             | Subur           | Kompas          | 1               | Sambas         | Antara Banten   |
| 2                  | Alan Subur     | Serpong Update       | 2             | Dinda           | Suras.com       | 2               | Shiva          | Shiva           |
| 3                  | Wahyu          | Bantenaku.com        | 3             | Ouid            |                 | 3               | Mita           | Liputan6.com    |
| 4                  | Aur            | beststangai.com      | 4             | Eka             | Kompas TV       | 4               | Citra          | madcom.id       |
| 5                  | Abdul          | lagungangorner.com   | 5             | Yulis           | 1iburnews.com   | 5               | Hewari         | Sindonews       |
| 6                  | Aggar          | Seputar Tangerang    | 6             | Eko             |                 | 6               | Moh Purnadi    | Sindonews       |
| 7                  | Piga           | Bantennews           | 7             | Aji             |                 | 7               | Jacob          | Merdeka.com     |
| 8                  | Eowid          | postbanews.com       | 8             | Mika Prio       | Helmata         | 8               | Sonariyah      | antaranews.com  |
| 9                  | Dina           | Cipatera             | 9             | Vandy           | kontes.co.id    | 9               | M Zen          | EN Times        |
| 10                 | Aceng          | Warta Banten         | 10            | Dedy            | indid           | 10              | Vicky          | Media Indonesia |
| 11                 | Wahis          | Suarai Banten        | 11            | Jamar           | Radio Senawa    | 11              | Carani         | antaranews.com  |
| 12                 | Winy           | Suara.com            | 12            | Dery Yuliansyah | Melon FM        | 12              | Darus          | Berita satu     |
| 13                 | Sogy           | Indonesia            | 13            | Agung           |                 | 13              | Ruffy          | Berita satu     |
| 14                 | Kati           | Sosial Banten        | 14            | Agung Septian   |                 | 14              | Satriata Agung |                 |
| 15                 | Maik Abdul     | Siamtas.id           | 15            | Ica             | 1iburbanten.com | 15              | Ope            | Metro TV        |
| 16                 | Enrai          | Berita Satu          | 16            | Yuhanes Enggar  | Kompas.com      | 16              | Ruffy          | CNN Indonesia   |
| 17                 | Doni           | id                   | 17            | Frida Dwi Putri | 1iburnews       | 17              | Vento          | 1iburbanten.com |
| 18                 | Adi            | Radar Banten         | 18            | Icha Rastika    | Kompas.com      | 18              | Diyat          | MNC TV          |
| 19                 | Maya           | Rimbanten            | 19            | There           | 1iburnews       | 19              | Hidya Anggita  | Berita Satu TV  |
| 20                 | Chy            | Lensa Banten         | 20            | Egan            | Tribun Jakarta  | 20              | Jodi           | Berita Satu TV  |
| 21                 | Endang Hamarno | Larangan Garuda NKRI | 21            | Vanda           |                 | 21              | Damar          | NET TV          |
| 22                 |                |                      | 22            | Anda            | Kompas.com      | 22              | Gunawan        | Jawa Pos        |
| 23                 |                |                      | 23            | Dua             | Warta kota      |                 |                |                 |

Gambar 3.8 List Kontak Media

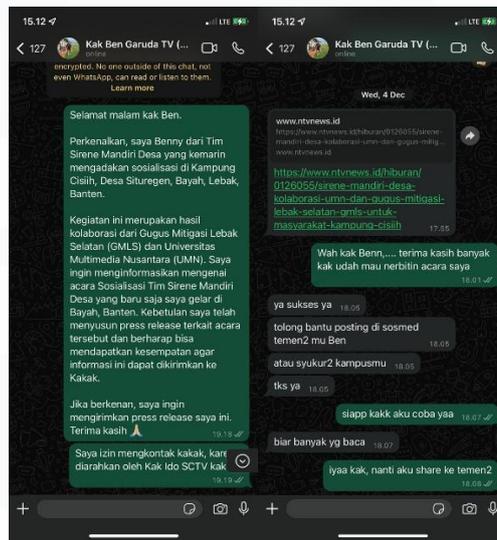
Proses pendekatan ke media dilakukan dengan menghubungi tim media melalui WhatsApp pribadi mereka. Setelah semua *press release* dikirimkan, divisi Media Relations akan melakukan pengecekan media menggunakan *checklist* untuk memastikan media yang telah dihubungi tercatat dengan baik. Langkah ini dilakukan guna memastikan bahwa seluruh *press release* yang dibuat dapat terdistribusi secara merata ke berbagai media, termasuk media lokal, media eksternal, maupun media lainnya.

| No. | Media              | Nama Kontak    | APPROACH MEDIA                      |                                     |                                     |                                     |                                     |                                     |                                     |  |
|-----|--------------------|----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--|
|     |                    |                | Press Release Sobot Sings Thuram    | Press Release Pantan Sings          | Press Release Soba Maman Data       | Press Release Tenemu Si Thuram      | Press Release Nawaana               | Press Release Padang Sings          |                                     |  |
| 1   | Panorama.com       | Shiva          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 2   | Cipatera           | Dina           | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 3   | Warta Banten       | Agung          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 4   | Suarai Banten      | Wahyu          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 5   | Suara.com          | Winy           | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 6   | Indonesia          | Sogy           | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 7   | Sosial Banten      | Kati           | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 8   | Berita Satu        | Enrai          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 9   | Liputan6.com       | Shiva          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 10  | antaranews.com     | Sonariyah      | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 11  | Indonesia          | Maik Purnadi   | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 12  | Merdeka.com        | Jacob          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 13  | EN Times           | M Zen          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 14  | Media Indonesia    | Vicky          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 15  | antaranews.com     | Carani         | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 16  | Berita Satu        | Darus          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 17  | Kompas.com         | Yuhanes Enggar | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 18  | Serpong Update     | Alan Subur     | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 19  | beststangai.com    | Wahyu          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 20  | beststangai.com    | Aur            | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 21  | lagungangorner.com | Abdul          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 22  | Seputar Tangerang  | Aggar          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 23  | Bantennews         | Piga           | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 24  | postbanews.com     | Eowid          | <input checked="" type="checkbox"/> |  |
| 25  | Kompas.com         | Dua            | <input checked="" type="checkbox"/> |  |

Gambar 3.9 Media Checklist

Pendekatan kepada media dilakukan setelah *press release* dari setiap kegiatan selesai diproduksi dan telah melalui tahap persetujuan supervisor. Setelah memperoleh lampu hijau dari tahap ini, tim *media relations* segera menghubungi media yang telah terdaftar untuk mendistribusikan *press release* tersebut.

Proses ini bertujuan memastikan informasi terkait kegiatan dapat tersampaikan dengan baik kepada seluruh media yang terlibat, sehingga publikasi dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif.



Gambar 3.10 Media Approach

Setelah tahap komunikasi selesai dilaksanakan, langkah terakhir yang diambil adalah tahap evaluasi atau *evaluation*. Tahap ini bertujuan untuk menilai sejauh mana tujuan dan strategi yang telah dirancang berhasil direalisasikan, sekaligus menjadi pedoman penyusunan rencana ke depan. Setelah proses pendekatan dilakukan dan *press release* dikirimkan kepada media, media tersebut akan berkontribusi dengan menyebarkan publikasi melalui berbagai platform yang mereka kelola. Langkah ini memastikan pesan dari kegiatan dapat diterima secara luas oleh audiens yang ditargetkan.

Setelah proses publikasi selesai dilakukan, tim media biasanya akan mengirimkan tautan dari *press release* yang telah diterbitkan oleh masing-masing media. Ketika hasil publikasi tersebut diterima, tim *media relations* akan melakukan pengecekan secara menyeluruh untuk memastikan apakah konten yang dipublikasikan memberikan dampak positif atau

justru membawa implikasi negatif terhadap aktivitas yang terkait dengan GMLS.

Namun dalam praktiknya, terdapat pula media yang tidak mempublikasikan konten yang telah diberikan oleh GMLS di *platform* mereka. Kondisi ini menjadi perhatian penting dalam tahap evaluasi, di mana tim *Media Relations* berupaya untuk mengidentifikasi alasan di balik tidak diterbitkannya konten tersebut. Dari evaluasi yang dilakukan, diketahui bahwa setiap media memiliki kebijakan internal, standar, atau prosedur operasional tertentu terkait jenis dan kualitas konten yang dapat mereka tayangkan. Pemahaman terhadap hal ini menjadi dasar bagi tim *Media Relations* untuk memperbaiki pendekatan atau menyesuaikan strategi di masa depan.

## 2. *Media Monitoring*

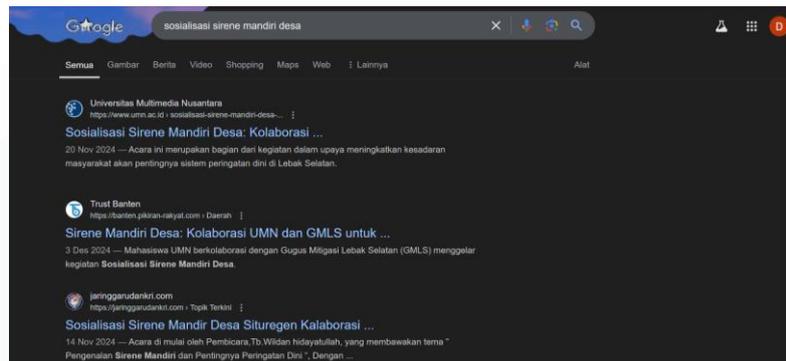
*Media monitoring* adalah rangkaian proses membaca, mengamati, atau mendengarkan konten dari sumber media secara berkelanjutan (Comcowich, 2022). Proses ini dilanjutkan dengan mengidentifikasi, mengkategorikan, menyimpan, dan menganalisis konten yang terdiri dari topik atau kata kunci tertentu. Tujuannya adalah untuk memahami opini, tren, dan berita terkait dengan topik, merek, atau industri tertentu. Proses ini sangat penting dalam dunia komunikasi dan *public relations* karena membantu organisasi dalam mengelola reputasi mereka dan merespons isu-isu yang berkembang.

*Media monitoring* juga memungkinkan organisasi untuk mengevaluasi bagaimana mereka diberitakan di media dan bagaimana opini publik terhadap mereka. Hal ini penting untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat berdasarkan data yang relevan. Dengan menggunakan alat dan teknik analisis, *media monitoring* membantu dalam memahami persepsi publik dan tren yang berkembang. Secara keseluruhan, *media monitoring*

adalah alat penting dalam strategi komunikasi moderen yang memungkinkan organisasi untuk tetap terinformasi tentang apa yang dikatakan tentang mereka di berbagai platform media. Dengan informasi ini, organisasi dapat merespons dengan cepat terhadap isu-isu yang muncul dan menjaga reputasi mereka di mata publik.

Dalam proses *media monitoring*, terdapat sejumlah langkah yang dilakukan untuk memastikan efektivitas publikasi. Langkah-langkah ini meliputi pembuatan tabulasi berita yang telah dipublikasikan, menganalisis isi berita dengan menilai apakah publikasi tersebut memberikan dampak positif atau negatif terhadap citra organisasi, mengevaluasi apakah pesan yang ingin disampaikan perusahaan tercantum dengan baik, serta mengidentifikasi sejauh mana pesan tersebut disiarkan secara langsung oleh media.

Kegiatan *monitoring* ini juga menjadi bagian dari upaya membangun kemitraan strategis dengan media, yang dikenal sebagai *strategic partnership*. Kemitraan ini merupakan salah satu tugas utama yang dikerjakan selama periode kerja magang oleh tim *media relations*. Dalam implementasinya, proses *monitoring* terhadap kemitraan media strategis ini dilakukan dengan memanfaatkan *spreadsheet* yang berfungsi sebagai alat pencatatan. *Spreadsheet* ini terus diperbarui setiap kali terdapat media yang telah menerbitkan *press release* yang disediakan oleh organisasi. Melalui langkah-langkah ini, tim *media relations* tidak hanya memastikan penyebaran informasi berjalan dengan baik, tetapi juga dapat memonitor hasil kerja sama dengan media secara akurat dan terorganisir selama periode magang berlangsung.



Gambar 3.11 Media *Monitoring* di Google

Selama menjalani proses kerja magang, aktivitas *monitoring* dilakukan dengan memanfaatkan mesin pencarian yang tersedia di internet untuk memenuhi berbagai topik yang relevan. Hasil pencarian tersebut kemudian dikumpulkan secara terperinci berdasarkan kerangka waktu tertentu, baik itu harian, mingguan, maupun bulanan. Proses *monitoring* ini dimulai dengan menentukan kata kunci yang sesuai untuk digunakan dalam pencarian. Kata kunci tersebut dirancang spesifik agar dapat membantu menemukan rilis yang dipublikasi di berbagai platform media. Dalam hal ini, fitur berita pada halaman pencarian Google dimanfaatkan secara maksimal untuk mengakses dan mengidentifikasi hasil publikasi yang relevan. Dengan pendekatan ini, *monitoring* menjadi lebih terstruktur dan efektif, sehingga informasi yang diperoleh dapat mendukung proses evaluasi dan pengambilan keputusan.

Kegiatan *media monitoring* dilakukan untuk memantau pemberitaan yang dipublikasikan oleh berbagai media *online*, dengan tujuan mengantisipasi isu-isu yang relevan dengan aktivitas GMLS. Selain itu, *monitoring* ini juga berfungsi untuk memastikan bahwa kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan konten yang terpublikasi. Proses ini dimulai dengan pencarian berita menggunakan kata kunci yang spesifik, dilanjutkan dengan analisis terhadap temuan berita yang didapatkan. Setelah

itu, divisi Media Relations bertanggung jawab mencatat bukti tayang publikasi sebagai bagian dari dokumentasi untuk arsip organisasi dan kebutuhan evaluasi.

Pencatatan ini dilakukan dengan memperhatikan kriteria publikasi, yang meliputi jenis konten seperti *press release*, unggahan media sosial, dan lainnya. Data yang dicatat mencakup nama media, waktu dan tanggal publikasi, nama penulis, serta judul *press release* yang diterbitkan. Untuk saat ini, fokus utama publikasi oleh GMLS masih pada *press release*, namun langkah menuju pengoptimalan media sosial juga telah mulai diterapkan sebagai bagian dari strategi komunikasi yang lebih luas.

| 21 |                     | JAMINAN GARUDA NURI | <a href="https://www.garuda-nuri.com/berita/10-11-2024">https://www.garuda-nuri.com/berita/10-11-2024</a> | 19/11/2024 | Jaringan Garuda Nuri | Sosialisasi Sistem Mandiri Desa Ratuwang Kabupaten Mandaraja Multimedea Nusantara   |
|----|---------------------|---------------------|---|------------|----------------------|---|
| 22 |                     | VALID NEWS          | <a href="https://www.validnews.com/berita/10-11-2024">https://www.validnews.com/berita/10-11-2024</a>     | 19/11/2024 | Valid News           | UMN Dan GMLS Berkolaborasi Mengembangkan Desa Dengan Sistem Mandiri Desa  |
| 23 |                     | CARITAU             | <a href="https://www.caritau.com/berita/10-11-2024">https://www.caritau.com/berita/10-11-2024</a>         | 19/11/2024 | Caritau              | UMN dan Gugus Mitraa Labak Solasi Desa Sosialisasi Sistem Mandiri Desa Tumbuh Kembangkan Kemandirian Masyarakat   |
| 24 | Sistem Mandiri Desa | LINA TV             | <a href="https://www.linatv.com/berita/10-11-2024">https://www.linatv.com/berita/10-11-2024</a>           | 19/11/2024 | Lina Tv              | Sosialisasi Sistem Mandiri Desa Kabupaten Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Gugus Mitraa Labak Solasi (GMLS) untuk Mengembangkan Kemandirian Masyarakat di Kampung Ciduh |
| 25 |                     |                     |   |            |                      | Sosialisasi Sistem Mandiri Desa Kabupaten Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Gugus Mitraa Labak Solasi (GMLS) untuk Mengembangkan Kemandirian Masyarakat                  |

Gambar 3.12 Media Monitoring Report

Setiap harinya, apabila ada media yang telah mempublikasikan konten terkait GMLS, data tersebut akan dimasukkan ke dalam *spreadsheet* yang dirancang khusus untuk tujuan ini. Pendekatan yang terorganisir ini memastikan semua informasi publikasi tercatat dengan rapi, sehingga memudahkan dalam proses pelaporan dan analisis ke depan.

Hasil *media monitoring* yang dilakukan oleh divisi Media Relations dicatat dalam laporan dengan menggunakan *spreadsheet* dan diserahkan kepada supervisor untuk evaluasi. *Monitoring* menjadi aspek penting dalam menentukan arah konten dan langkah strategis perusahaan mengikuti tren. Tujuan *monitoring* adalah untuk memastikan *press release* atau

informasi yang dipublikasikan oleh GMLS melalui media mitra dapat diterima dan diakses oleh khalayak luas.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama menjalankan aktivitas sebagai *Media Relations Officer* di GMLS, antara lain:

1. Sebelum tergabung di divisi Media Relations, divisi yang diambil adalah divisi perlengkapan, dikarenakan terbatasnya divisi dalam melakukan magang. Namun divisi perlengkapan tidak berhubungan dengan komunikasi, jadi belum dapat dilakukan.
2. Kurangnya koordinasi antar anggota *media relations* dalam saling mengingatkan jadwal dan pembagian tugas, sehingga menyebabkan beberapa konten terlambat diunggah.
3. Terdapat hambatan dalam proses distribusi *press release* kepada media dan penerbitannya di *website* GMLS. Kurang adanya komunikasi dan pembagian tugas yang jelas antar anggota sehingga tidak adanya penjadwalan yang jelas dalam melakukan distribusi berita.
4. Sulitnya menemukan media yang tertarik untuk menerbitkan berita, karena tidak *real time*, aktual, dan tepat waktu dalam menerbitkan *press release* dan berita.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Terdapat beberapa solusi yang ditemukan selama menjalankan aktivitas sebagai *Media Relations Officer* di GMLS, antara lain:

1. Melakukan diskusi bersama Dosen Pembimbing dan Pembimbing Lapangan untuk dicarikan opsi lain selain di divisi perlengkapan, yaitu di divisi Media Relations.
2. Meningkatkan komunikasi dan koordinasi antar anggota divisi Media Relations seperti mengadakan pertemuan rutin untuk saling mengingatkan mengenai jadwal, tugas, dan tanggung jawab masing-masing, serta

melakukan pengecekan berkala untuk memastikan bahwa semua konten diunggah tepat waktu.

3. Menyusun jadwal distribusi yang lebih terstruktur dan memastikan adanya sistem pengingat untuk setiap tahapan, baik dalam pengiriman *press release* kepada media maupun publikasi di *website* GMLS.
4. Membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan jurnalis atau pihak media melalui pendekatan yang lebih personal dan proaktif.

