

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

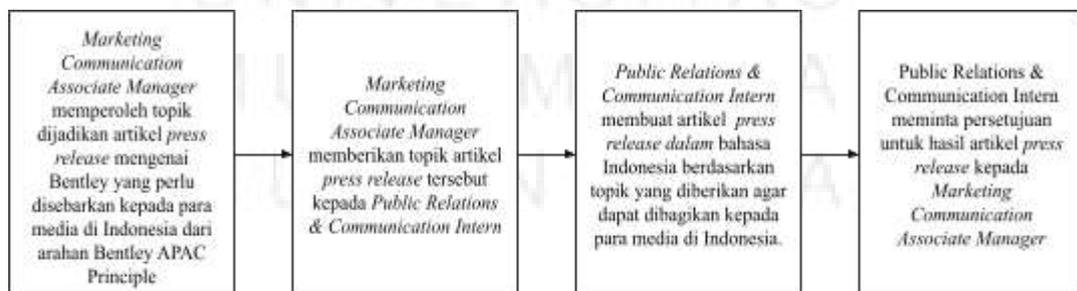
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Peran Public Relations & Communication Intern berada di dalam Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta, dan disupervisi secara langsung oleh Rindy Hapsari selaku Marketing Communication Associate Manager. Public Relations & Communication Intern mempunyai peran dalam membantu pembuatan *press release* mengenai Bentley yang akan disebarakan kepada para media di Indonesia, melakukan *media monitoring* mengenai berita seputar Bentley di Indonesia, dan merangkum hasil *media monitoring*.

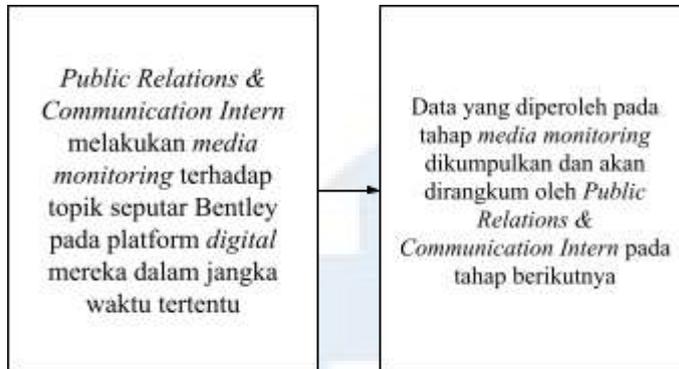
3.1.1 Alur Koordinasi dalam Kerja Magang

Dalam melakukan tanggung jawabnya sebagai Public Relations & Communication Intern, terdapat koordinasi yang dilaksanakan di dalam Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta. Persetujuan akhir akan berasal dari Rindy Hapsari selaku Marketing Communication Associate Manager. Berikut merupakan ilustrasi yang dikemas dalam bagan untuk menjelaskan alur koordinasi dalam pelaksanaan kerja magang di PT Eurokars Continental Utama.

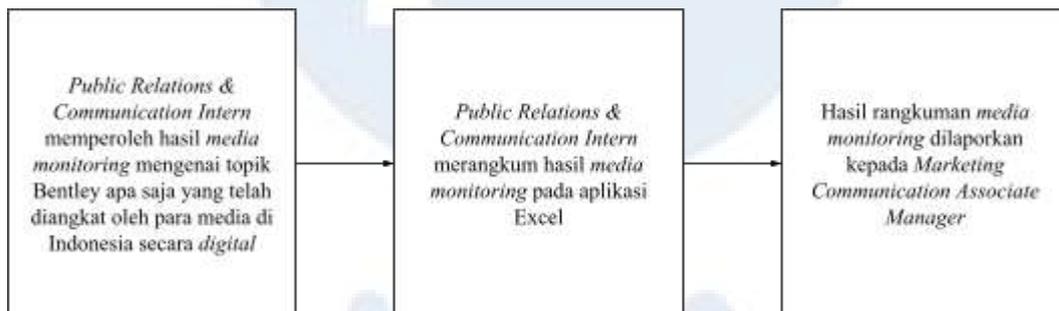
- Alur Koordinasi Pembuatan *Press Release*



- Alur Koordinasi Pelaksanaan *Media Monitoring* mengenai Berita Seputar Bentley di Indonesia



- Alur Koordinasi Merangkum Hasil *Media Monitoring*



Pekerjaan yang dilakukan sebagai Public Relations & Communication Intern kerap kali dikoordinasikan secara langsung dengan Marketing Communication Associate Manager. Hal tersebut dilakukan dikarenakan Marketing Communication Associate Manager yang memiliki tanggung jawab untuk mengecek ulang *press release* yang telah dibuat oleh Public Relations & Communication Intern sudah layak dan benar untuk disebarluaskan secara luas kepada media-media di Indonesia. Selain itu, sebagai seorang *supervisor*, Marketing Communication Associate Manager juga bertanggung jawab untuk memeriksa apakah hasil rangkuman *media monitoring* sudah sesuai dengan kebenarannya.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam melaksanakan program kerja magang sebagai Public Relations & Communication Intern Bentley Jakarta pada PT Eurokars Continental Utama, adapun sejumlah pekerjaan yang dilakukan untuk menciptakan citra merek yang positif sehingga mendukung terciptanya hubungan yang baik antara merek Bentley Jakarta dengan publik serta mampu meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, aktivitas PR ini juga diharapkan mampu mendukung Departemen *Sales* dan *Aftersales* dalam menarik publik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh Bentley Jakarta. Berikut merupakan penjelasan dari rangkaian pekerjaan yang dilakukan selama periode kerja magang.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang sebagai Public Relations & Communication Intern untuk Bentley Jakarta, adapun sejumlah pekerjaan utama yang dilakukan seperti:

- 1) Menciptakan artikel *press release* mengenai Bentley dalam bahasa Indonesia untuk dibagikan kepada para media di Indonesia. Topik yang diangkat disesuaikan dengan arahan Bentley APAC Principle.
- 2) Melakukan *media monitoring* mengenai media Indonesia mana saja yang membahas topik mengenai Bentley dan topik apa yang diangkat pada platform *digital* mereka di jangka waktu tertentu.
- 3) Merangkum hasil *media monitoring* yang telah dilaksanakan dan dirangkum pada aplikasi Excel.

Berikut merupakan lini masa aktivitas dari pelaksanaan kerja magang yang dilakukan di PT Eurokars Continental Utama selaku Public Relations & Communication Intern Bentley Jakarta.

No	Aktivitas	Keterangan Aktivitas	Agustus				September				Oktober				November			
			Minggu ke-															
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembuatan artikel <i>Press Release</i>	Membuat artikel <i>press release</i> mengenai Bentley sesuai dengan arahan Bentley APAC Principle																
2	Pelaksanaan <i>Media Monitoring</i> di Indonesia yang Mengangkat Topik seputar Bentley	Melaksanakan <i>media monitoring</i> terhadap media di Indonesia yang mengangkat topik mengenai Bentley di platform <i>digital</i> pada jangka waktu tertentu																
3	Merangkum Hasil <i>Media Monitoring</i>	Merangkum hasil <i>media monitoring</i> pada aplikasi Excel																

Tabel 3.1 Lini Masa Praktik Magang

Sumber: Dokumen Olahan Laporan Magang, 2024

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dilansir dari situs resmi Bentley Motors, Bentley merupakan perusahaan mobil mewah asal Inggris yang ditemukan oleh Walter Owen Bentley (W.O Bentley) sejak 10 Juli 1919 (Bentley Motors, n.d.). Sejak berdirinya perusahaan otomotif ini, Bentley telah sukses memenangkan sejumlah penghargaan seperti pada Le Mans pada tahun 1920-an dan juga pada tahun 2003. Kemenangan yang diperoleh dikatakan berasal dari dukungan performa mobil yang luar biasa dari Bentley. Sejak tahun 1998, Bentley dimiliki oleh grup otomotif Volkswagen AG dan terus menciptakan mobil mewah dengan performa tinggi yang sesuai dengan keinginan para pembelinya.

Pada tahun 2024, terdapat sejumlah kampanye yang dilakukan oleh Bentley. Salah satu kampanye yang diprioritaskan oleh Bentley merupakan kampanye peluncuran mobil baru tahun 2024 seperti New Continental GT Speed, New Continental GTC Speed, dan New Flying Spur Speed. Sebagai Agen Tunggal Pemilik Merek (ATPM) dari merek Bentley di Jakarta, PT Eurokars Continental Utama memiliki tanggung jawab untuk membantu Bentley dalam menyuarakan kampanye tersebut kepada masyarakat Indonesia. Maka dari itu, dibutuhkan aktivitas *Public Relations* (PR) untuk memastikan bahwa informasi terbaru mengenai Bentley dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan menggunakan bantuan dari mitra media-media di Indonesia yang kemudian akan menyebarkannya melalui platform *digital*.

Selain itu, aktivitas PR ini juga dimanfaatkan untuk meningkatkan *brand awareness* Bentley Jakarta dengan harapan mampu mendukung Departemen *Sales* (penjualan) maupun *Aftersales* (purna penjualan) dalam menjual mobil Bentley maupun jasa servis untuk para pemilik mobil Bentley. Terdapat 3 aktivitas PR utama yang dilakukan oleh Public Relations & Communication Intern, meliputi pembuatan artikel *press release*, *media monitoring* terhadap media di Indonesia yang mengangkat topik seputar Bentley, dan merangkum hasil *media monitoring*. Berikut merupakan uraian dari ketiga aktivitas yang telah dilakukan.

A. Pembuatan Artikel *Press Release*

Press release merupakan alat komunikasi tertulis yang dimanfaatkan oleh perusahaan dalam menyalurkan informasi penting kepada media massa (Cutlip et al., 2019). Informasi yang disampaikan dalam sebuah *press release* dapat berbentuk berita mengenai acara, produk, ataupun kebijakan baru yang dianggap relevan untuk dipublikasikan kepada masyarakat. *Press release* juga dapat didefinisikan sebagai bentuk komunikasi strategis yang dirancang untuk menarik perhatian jurnalis maupun media sehingga berita yang dirilis mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta menggunakan media tersebut sebagai perantara (Wilcox et al., 2023).

Disebutkan oleh Wilcox dan Reber (2015), *news release* atau yang sekarang cenderung dikatakan dengan istilah *press release* memiliki bagian yang penting dalam hampir semua rencana *public relations* yang membutuhkan jangkauan kepada para media. Wilcox dan Reber (2015) mengungkapkan bahwa terdapat 7 komponen dasar yang perlu diperhatikan ketika membuat *press release*. Berikut merupakan uraian dari unsur-unsur tersebut.

1. *Release Template*

Banyak organisasi yang telah menggunakan *letterhead* atau kop surat sebagai standar dari templat untuk *press release*. Sebuah templat *press release* biasanya mengandung beberapa unsur dari organisasi atau perusahaan seperti nama organisasi atau perusahaan tersebut, logo, alamat, nomor kontak informasi, dan situs.

2. *Headline*

Headline atau judul merupakan bagian fundamental yang perlu diperhatikan dalam membuat *press release* karena menjadi penentu pembaca dalam membaca keseluruhan *press release*. Judul yang baik adalah judul yang mampu menampilkan gambaran keseluruhan dari *press release*. Judul perlu menggunakan bahasa yang menarik, maksimal 10 kata atau kurang, serta bersifat faktual.

3. *Dateline*

Dateline atau garis penanggalan adalah bagian yang mengungkapkan asal kota beserta dengan tanggal pembuatan *press release*. Garis penanggalan ini cenderung untuk ditampilkan pada awal mula paragraf pertama.

4. *Lead*

Lead atau paragraf pertama adalah bagian paling penting dari keseluruhan bagian pembuatan *press release* karena menyalurkan *key message* atau pesan kunci dari keseluruhan *press release*. Hal ini dikatakan demikian karena kalimat pertama hingga ketiga dalam sebuah *press release* perlu memberikan informasi dasar dari sebuah cerita. Selain itu, paragraf pertama juga menjadi penentu pembaca untuk membaca paragraf selanjutnya. Paragraf pertama perlu memuat unsur 5W +1H, yakni *Who* (siapa), *What* (apa), *When* (kapan), *Where* (dimana), *Why* (mengapa), dan *How* (bagaimana).

5. *Body of The Text*

Body of the text atau badan teks merupakan paragraf-paragraf tambahan yang dipaparkan setelah *lead* atau paragraf pertama. Pada paragraf kedua, cenderung untuk memuat informasi tambahan yang akan mendukung informasi yang dipaparkan pada paragraf pertama. Sedangkan, paragraf-paragraf berikutnya bisa dikatakan sebagai informasi tambahan yang tidak memiliki tingkat kepentingan yang tinggi seperti paragraf pertama dan kedua.

6. *Boilerplate About The Organization*

Boilerplate About The Organization merupakan paragraf terakhir yang menggambarkan informasi mengenai organisasi atau perusahaan secara garis besar kepada para media, seperti tujuan dari organisasi dan ukurannya. *Boilerplate* cenderung untuk memuat dari 100 kata dan ditambahkan pula untuk semua *press release* yang berasal dari organisasi atau perusahaan.

7. *Contact*

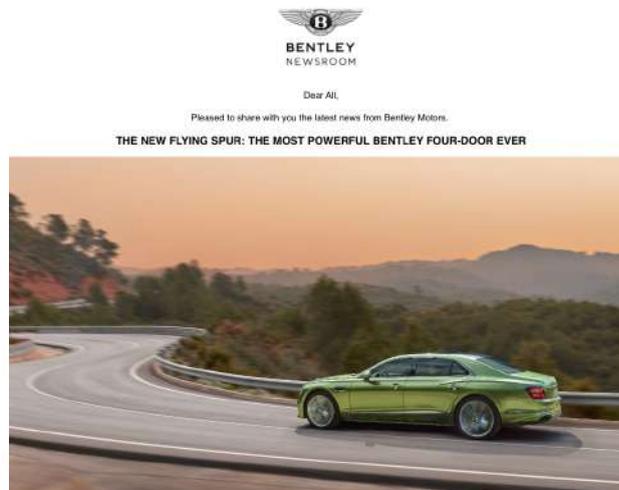
Dalam membuat *press release*, penulis perlu mencantumkan *contact* atau informasi kontak yang dapat dijangkau oleh jurnalis yang membaca *press release* tersebut.

Terdapat 3 tahapan yang dilakukan dalam membuat *press release* untuk Bentley Jakarta, meliputi memperoleh arahan dari Bentley APAC Principle, pembuatan *press release*, dan evaluasi. Berikut merupakan penjelasan dari ketiga tahapan tersebut.

1. **Memperoleh Arahan dari Bentley APAC Principle**

Dikarenakan Bentley merupakan merek otomotif asal Inggris yang memiliki banyak cabang perusahaan di berbagai negara, kantor pusat Bentley menyeleksi beberapa individu yang dikumpulkan dan diberikan tanggung jawab untuk mengelola cabang-cabang Bentley di negara tertentu sesuai dengan area benuanya. Bentley APAC (Asia Pacific) Principle memiliki tanggung jawab untuk mensupervisi dan membimbing cabang-cabang Bentley yang berada di benua Asia-Pasifik, termasuk Bentley Jakarta yang terletak di Indonesia.

Press release yang biasanya dibuat oleh Bentley Jakarta cenderung mengikuti arahan dari Bentley APAC Principle. Arahan ini diinformasikan secara langsung kepada *Marketing Communication Associate Manager* Bentley Jakarta melalui email agar dapat segera membuat *press release* yang disesuaikan dengan masyarakat Indonesia untuk diberikan kepada media-media di Indonesia.



Gambar 3.1 Email Bentley APAC Principle kepada *Marketing Communication Associate Manager*
Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Berikut merupakan salah satu contoh email yang dikirimkan oleh Bentley APAC Principle kepada *Marketing Communication Associate Manager* Bentley Jakarta. Pada email ini, tim Bentley APAC Principle memberikan arahan untuk membuat *press release* mengenai peluncuran mobil terbaru Bentley model Flying Spur, yang diklaim sebagai mobil berpintu empat paling bertenaga yang pernah diciptakan oleh Bentley.

2. Pembuatan *Press Release*

Setelah memperoleh arahan dari Bentley APAC Principle, *Marketing Communication Associate Manager* meminta bantuan *Public Relations & Communication Intern* untuk membuat *press release* sesuai dengan arahan yang diberikan. Tujuan dari pembuatan *press release* ini adalah untuk menyampaikan informasi terbaru seputar Bentley dari Bentley Principle kepada para media-media di Indonesia yang akan membantu menyuarakan informasi tersebut kepada masyarakat Indonesia melalui platform *digital*.

Proses pembuatan *press release* Bentley Jakarta dapat diuraikan ketika membuat artikel *press release* mengenai mobil terbaru Bentley pada model Flying Spur, yang dikatakan menjadi mobil berpintu empat Bentley paling bertenaga. Salah satu contoh *press release* yang telah dibuat memiliki judul “Flying Spur

Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”. Pembuatan *press release* ini dipandu oleh 7 unsur penting yang disebutkan oleh Wilcox dan Reber (2015), meliputi *release template*, *headline*, *dateline*, *lead*, *body of the text*, *boilerplate about the organization*, dan *contact*. Berikut merupakan uraian dari *press release* tersebut.

1) Release Template



Gambar 3.2 Release Template Press Release “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Bentley APAC Principle biasanya telah menyiapkan dan juga memberikan *release template* untuk digunakan setiap *retailernya* dalam membuat *press release* yang akan menginformasikan berita terbaru dari Bentley. Dalam *release template* yang diberikan, telah dicantumkan kop surat pada ujung kiri atas halaman, logo Bentley pada ujung kanan atas halaman, beserta dengan kontak informasi dari Bentley Principle yang berasal dari United Kingdom, alamat kantor utama Bentley, dan situs Bentley pada ujung kiri bawah halaman. *Release template* ini

selalu menjadi acuan yang digunakan oleh Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta dalam membuat *press release* mengenai informasi terbaru dari Bentley. Dengan demikian, *release template* ini juga digunakan dalam pembuatan *press release* yang berjudul “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”.

2) *Headline*

FLYING SPUR TERBARU: SEDAN EMPAT PINTU BENTLEY PALING BERTENAGA

Gambar 3.3 *Headline Press Release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Headline atau judul yang dicantumkan pada *press release* disesuaikan dengan arahan *press release* yang diberitahukan oleh Bentley APAC Principle, yang memiliki judul dalam bahasa Inggris yakni “*The new Flying Spur: The most powerful Bentley four-door ever*”. Untuk menyesuaikan dengan pembacanya di Indonesia, judul ditulis menggunakan bahasa Indonesia, menjadi “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”. Judul ini sudah disesuaikan dengan acuan Wilcox dan Reber (2015) dalam membuat *headline* pada *press release* karena telah mampu menampilkan gambaran besar tentang isi dari *press release* dan juga memuat tidak lebih dari 10 kata.

3) *Date Line*

(Crewe, 10 September 2024) Bentley hari ini meluncurkan *supercar* empat pintu pertamanya - Flying Spur terbaru, yang kini memasuki generasi keempat setelah hampir dua dekade mendefinisikan sedan mewah berkinerja tinggi.

Gambar 3.4 *Date Line Press Release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Date Line atau garis penanggalan dicantumkan pada awal kalimat paragraf pertama untuk menunjukkan lokasi serta tanggal pembuatan *press release* tersebut. Lokasi dan tanggal ini dicantumkan untuk menginformasikan kepada para media di Indonesia yang memperoleh artikel *press release* mampu menyebarkannya dalam kurun waktu yang berdekatan dengan pembuatan *press release* ini.

4) *Lead*

(Crewe, 10 September 2024) Bentley hari ini meluncurkan *supercar* empat pintu pertamanya - Flying Spur terbaru, yang kini memasuki generasi keempat setelah hampir dua dekade mendefinisikan sedan mewah berkinerja tinggi.

Gambar 3.5 *Lead Press Release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Menurut Wilcox dan Reber (2015), *lead* atau paragraf pertama perlu mampu untuk memberikan informasi yang menarik sehingga layak untuk dipublikasikan oleh para media. Paragraf pertama pada *press release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga” dapat dikatakan telah mencakup informasi utama pada *press release* yaitu peluncuran model *supercar* empat pintu pertama Bentley yakni Flying Spur terbaru, yang diakui menjadi sedan mewah berkinerja tinggi. Selain itu pula, paragraf ini juga meliputi

pernyataan yang meliputi 5W (*what, when, who, where, why*). Pada paragraf pertama dari *press release* ini, terdapat pernyataan mengenai peluncuran *supercar* empat pintu pertamanya yaitu Flying Spur terbaru sebagai elemen dari *what*, 10 September 2024 sebagai elemen dari *when*, Bentley sebagai elemen dari *who*, Crewe sebagai elemen dari *where*, dan untuk mendefinisikan sedan mewah berkinerja tinggi sebagai elemen *why*. Sedangkan elemen *how* dielaborasi pada paragraf-paragraf selanjutnya sebagai pernyataan pendukung.

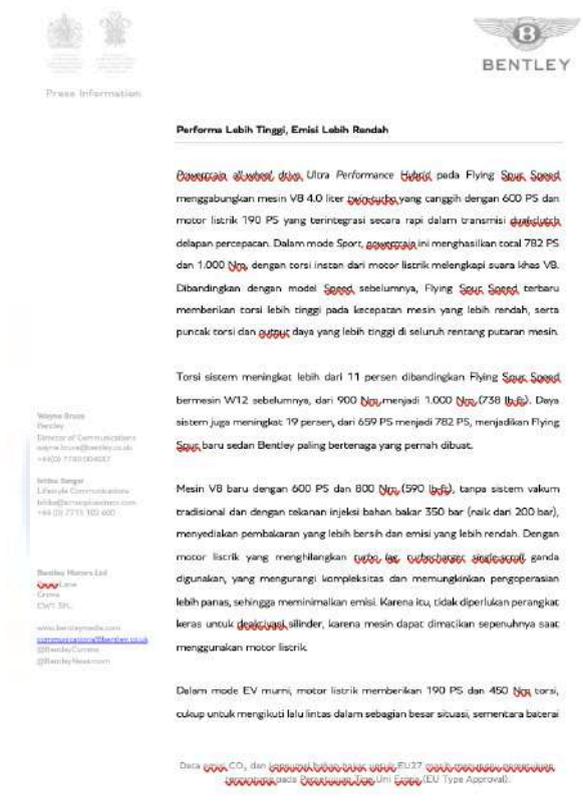
5) *Body of The Text*

Diluncurkan pertama kali dengan fokus pada performa *Speed*, Flying Spur terbaru dibangun di atas *Ultra Performance Hybrid* baru dari Bentley, memberikannya kemampuan yang luar biasa. Di satu sisi, mobil ini mampu melaju dengan tenang dan tanpa suara dalam mode EV murni hingga 47 mil (76 km), yang ideal untuk Zona Emisi Nol atau perjalanan di dalam kota, dengan emisi CO₂ 90% lebih rendah dibandingkan Flying Spur *Speed* sebelumnya. Ketika performa lebih dinamis diinginkan, kombinasi 782 PS dari mesin V8 Bentley - 147 PS lebih banyak dari model sebelumnya - dan motor listrik memberikan performa yang sensasional, melewati batas 0-60 mph hanya dalam 3,3 detik (0-100 km/jam dalam 3,5 detik) - setengah detik lebih cepat daripada pendahulunya. Hanya sedikit kendaraan di dunia yang dapat membanggakan kemampuan sebesar ini, dan tidak ada yang melakukannya dengan kehalusan, keseimbangan, atau kemewahan seperti Flying Spur terbaru, yang membuktikan klaim Bentley bahwa ini adalah *supercar* empat pintu pertamanya.

Gambar 3.6 *Body of The Text* - Paragraf Kedua pada *Press Release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Body of the text atau teks badan dari *press release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga” lebih membahas mengenai *detail* mobil Flying Spur terbaru yang diluncurkan oleh Bentley, seperti spesifikasi mobil, jumlah emisi, serta performa yang dimiliki oleh mobil tersebut.



Gambar 3.7 *Body of The Text* - Paragraf Lainnya pada *Press Release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Untuk paragraf-paragraf berikutnya dalam *press release* juga lebih mendeskripsikan spesifikasi mobil secara detil mengenai mobil Flying Spur edisi terbaru yang diluncurkan oleh Bentley. Hal ini dilakukan agar media-media di Indonesia yang membaca *press release* mampu menyuarakan informasi terlengkap mengenai mobil Flying Spur terbaru dan keunikannya dari mobil lain kepada para masyarakat Indonesia.

6) Boilerplate About The Organization



Gambar 3.8 *Boilerplate About The Organization* pada *Press Release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Boilerplate about the organization dikemas pada halaman terakhir *press release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga” yang digunakan untuk menginformasikan kepada para media tentang perusahaan Bentley secara umum. *Boilerplate* ini dicantumkan oleh Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta pada setiap pembuatan *press release*.

7) *Contacts*



Wayne Bruce
Bentley
Director of Communications
wayne.bruce@bentley.co.uk
+44 (0) 7780 004537

Ishika Sangar
Lifestyle Communications
ishika@simonplussimon.com
+44 (0) 7715 102 600

Bentley Motors Ltd
Pym's Lane
Crewe
CW1 3PL

www.bentleymedia.com
communications@bentley.co.uk
@BentleyComms
@BentleyNewsroom

Gambar 3.9 *Contacts* pada *Press Release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”

Sumber: Departemen *Marketing Communication* Bentley Jakarta, 2024

Contacts atau Informasi kontak yang dilampirkan dalam *press release* “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga” merupakan kontak Wayne Bruce sebagai Director of Communications Bentley dan juga Ishika Sangar selaku Lifestyle Communications Bentley. Dua kontak ini dilampirkan agar para media-media dapat menanyakan pertanyaan maupun memperoleh informasi tambahan secara langsung dari pihak Bentley Principle yang berada di Crewe, United Kingdom.

3. Evaluasi

MARKET:
INDONESIA

Type	Year	Media	Category	URL
Automotive Media	1	Aurinet Magz	Digital	https://aurinetmag.com/
News Media	1	Bisnis Indonesia	Print/Digital	https://www.bisnis.com/
Automotive Media	1	Congraja	Digital	https://congraja.com/
Automotive Media	1	Cars and Crowns	Digital	https://carsandcrowns.com/
Lifestyle Media	1	Daman	Print/Digital	https://daman.co.id/
Automotive Media	1	Dunia Oto	Digital	https://oto.dunia.com/
Lifestyle Media	1	Equisite	Print/Digital	https://www.equisite-media.co.id/
News Media	1	Robb Report Indonesia	Print/Digital	https://robb-report.id/
Automotive Media	1	GridOto.com	Digital	https://www.gridoto.com/
Lifestyle Media	1	Harper's BAZAAR India	Print/Digital	https://harperbazaar.co.id/
Lifestyle Media	1	High End	Print/Digital	https://highend-mag.com/indonesia.com/
News Media	1	iH Times	Online	https://www.ihnews.com/indonesia/
News Media	1	Inews.id	Digital	https://www.inews.id/
Lifestyle Media	1	Indonesia Today	Print/Digital	https://www.indonesiatoday.com/
News Media	1	Indonesia	Online	https://www.indonesia.id/
Automotive Media	1	Kabar Oto	Digital	https://kabaroto.com/
Automotive Media	1	Kompas - Otomotif	Digital	https://otomotif.kompas.com/
News Media	1	Kumparan	Digital	https://kumparan.com/
Automotive Media	1	Liputan6.com - Otom	Digital	https://www.liputan6.com/otomotif/
News Media	1	Media Indonesia	Print/Digital	https://mediaindonesia.com/
Automotive Media	1	Oto.com	Digital	https://www.oto.com/berita-mobil/
Automotive Media	1	Goodriver	Digital	https://goodriver.com/
Lifestyle Media	1	Prisega Indonesia	Print/Digital	https://www.prisegaonline.com/
News Media	1	The Jakarta Post	Print/Digital	https://www.thejakartapost.com/
Automotive Media	1	The Jakarta Post	Digital	https://thejakartapost.com/
News Media	1	W/News	Digital	https://www.wnews.id/
Automotive Media	1	Youtube - AurinetMag	Digital	https://www.youtube.com/user/AurinetMag
Automotive Media	1	Youtube - Caranews	Digital	https://www.youtube.com/channel/UCgmg8
Automotive Media	1	Youtube - Cincinobi	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC1m1
Automotive Media	1	Youtube - Fitra Eri	Digital	https://www.youtube.com/channel/UCF8E1
Automotive Media	1	Youtube - GridOto	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC7k8j
Automotive Media	1	Youtube - Motor1	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC1m1
Automotive Media	1	Youtube - Oto driver	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC8dHw
Automotive Media	1	Youtube - Otomotif	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC7k8j
Automotive Media	1	Youtube - Dan Dimes	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC1m1
Automotive Media	1	Youtube - Motor1 Ind	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC1m1
Lifestyle Media	1	Youtube - Chris CSB	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC1m1
News Media	2	Antara News	Digital	https://www.antaranews.com/
Automotive Media	2	Autosid	Digital	https://www.autosid.id/
Automotive Media	2	Autohid Indonesia	Digital	https://www.autosid.co.id/
Lifestyle Media	2	Bangkok Post Indonesia	Digital	https://www.bangkokpost.com/indonesia/
Lifestyle Media	2	Deseran Asian Indonesia	Print/Digital	https://deseran.com/
News Media	2	Jordan	Digital	https://www.jordan.co.id/
Lifestyle Media	2	Lumia	Digital	https://lumia.id/
News Media	2	Tribun	Digital	https://www.tribunnews.com/
News Media	2	Aurinetnews	Digital	https://aurinetnews.com/
Automotive Media	2	Auto24	Digital	https://www.auto24.com/
News Media	2	Berita Satu	Digital	https://www.beritasatu.com/
News Media	2	Business Insider	Digital	https://www.businessinsider.id/
News Media	2	CHN Indonesia	Digital	https://www.chn.com/indonesia/
Automotive Media	2	Dapur Pacu	Digital	https://dapurpacu.id/
Lifestyle Media	2	Dawn Indonesia	Print/Digital	https://www.dawnmag.com/
Lifestyle Media	2	Elab Indonesia	Print/Digital	https://elab.com/
Lifestyle Media	2	Har World Indonesia	Print/Digital	https://www.harworld.co.id/
News Media	2	Investor Daily	Digital	https://investor.id/
News Media	2	Jelita Globe	Digital	https://jelitaglobe.com/
News Media	2	Jawa Pos National Net	Digital	https://www.jawapos.com/
News Media	2	KabarBisnis	Digital	https://kabarbisnis.com/
News Media	2	Koran Tempo	Print/Digital	https://koran-tempo.com/
Automotive Media	2	Oto24	Digital	https://oto24.com/
Automotive Media	2	Oto24 Indonesia	Digital	https://www.oto24.com/
News Media	2	Sunda News	Digital	https://www.sundanews.com/
Automotive Media	2	Youtube - Hadi Auto	Digital	https://www.youtube.com/channel/UC1m1

Gambar 3.10 Media List Indonesia Bentley Jakarta

Sumber: Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta, 2024

Setelah Public Relations & Communication Intern membuat *press release*, maka tahap berikutnya adalah untuk memberikannya kepada Marketing Communication Associate Manager untuk memberikan evaluasi terkait *press release* tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa *press release* sudah siap untuk disebarakan kepada para media di Indonesia. Apabila *press release* sudah dianggap layak untuk disebarakan, maka Marketing Communication Associate Manager kemudian akan langsung menyebarkannya kepada para media di Indonesia, terutama media otomotif yang telah terdaftar menjadi sasaran penyaluran *press release* untuk Bentley Jakarta pada *media list*.

B. *Media Monitoring Terhadap Media di Indonesia yang Mengangkat Topik Seputar Bentley*

Setelah *press release* yang dibuat sudah disebarakan kepada para media di Indonesia yang terdaftar menjadi sasaran penyaluran *press release* Bentley Jakarta, maka tahap selanjutnya adalah melakukan *media monitoring* terhadap media-media di Indonesia yang mengangkat topik artikel seputar Bentley. Berdasarkan dengan definisinya, *media monitoring* merupakan proses yang dilakukan oleh Public Relations untuk melacak serta menganalisa liputan media terkait dengan merek, industri, maupun individu tertentu (Falah & Setiawan, 2022). Media monitoring dianggap sebagai aktivitas yang fundamental dalam departemen komunikasi karena mampu memaksimalkan potensi informasi serta meminimalkan resiko. Dengan melakukan *media monitoring* secara optimal, PR mampu menjadikannya sebagai alat vital untuk mencapai tujuan mereka dalam membangun reputasi, meningkatkan kedekatan hubungan dengan para target audiens, serta memperoleh wawasan untuk mengembangkan strategi PR yang lebih efektif kedepannya di era digital.

Tujuan dari pelaksanaan *media monitoring* ini adalah untuk menelusuri dan melacak media Indonesia mana saja yang membuat artikel dengan topik seputar Bentley pada jangka waktu tertentu. *Media monitoring* ini juga dilakukan untuk menelusuri nama-nama media yang terdaftar dalam *media list* Bentley Jakarta dan telah memperoleh *press release* dari Bentley Jakarta sudah mempublikasikan artikel dengan topik tertentu mengenai Bentley. Dalam menjelaskan tahap ini, salah satu contoh topik yang ditelusuri adalah mengenai peluncuran mobil terbaru Bentley yaitu Flying Spur, yang disebutkan menjadi sedan empat pintu Bentley yang paling bertenaga.



Gambar 3.11 Artikel “Bentley Flying Spur 2025, Lebih Bertenaga dengan V8 Hybrid Baru”

Sumber: Blackxperience.com, 2024

Berikut merupakan salah satu contoh media yang mengangkat topik mengenai mobil Bentley Flying Spur yang dikatakan sebagai sedan empat pintu yang paling bertenaga, yaitu BlackXperience Indonesia. Apabila dilihat dari *media list* Indonesia Bentley Jakarta, media ini juga menjadi salah satu sasaran perusahaan untuk mempublikasikan artikel sesuai dengan topik yang dibahas pada *press release* yang telah disebar pada tahap sebelumnya. Judul yang digunakan pada artikel BlackXperience Indonesia tidak sama persis seperti judul artikel yang diberikan oleh Bentley Jakarta pada *press release*, yang merupakan “Flying Spur Terbaru: Sedan Empat Pintu Bentley Paling Bertenaga”. Hal ini dianggap lazim untuk dilakukan sebab setiap media akan menyesuaikan judul artikel yang diunggah dengan cara mereka berkomunikasi dengan para target pembacanya.

Namun, Public Relations & Communication Intern perlu memastikan bahwa isi dari artikel yang disebar oleh para media masih sesuai dengan apa yang diungkapkan pada *press release* yang disebar sebelumnya.

C. Merangkum Hasil *Media Monitoring*

Setelah memperoleh data dari pelaksanaan *media monitoring* terhadap media di Indonesia yang membahas topik seputar Bentley pada artikel di internet, maka tahap berikutnya adalah untuk merangkum hasil *media monitoring*. Tujuan dari pelaksanaan tahap ini adalah untuk mengetahui total media di Indonesia, yang termasuk daftar *media list* Bentley Jakarta maupun tidak, yang telah membuat dan mempublikasikan artikel dengan topik tertentu mengenai Bentley pada jangka waktu tertentu. Hal ini juga dilakukan untuk mengetahui topik mengenai Bentley apa yang paling mampu menarik perhatian para media di Indonesia sehingga mereka membuat artikel serta mempublikasikannya pada platform situs media mereka masing-masing. Sebab, tidak semua *press release* Bentley Jakarta yang dibagikan kepada para media dibuatkan artikel pula oleh mereka dikarenakan topik dianggap kurang menarik untuk disebarkan kepada para pembaca media-media tersebut.

Dengan demikian, rangkuman hasil *media monitoring* juga akan membantu Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta untuk merancang strategi PR yang lebih efektif kedepannya. Dalam menjelaskan tahap ini, berikut merupakan contoh hasil rangkuman *media monitoring* terhadap salah satu topik Bentley, yaitu mengenai peluncuran mobil baru Flying Spur, yang diyakini sebagai mobil sedan empat pintu paling bertenaga yang pernah diciptakan oleh Bentley.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di PT Eurokars Continental Utama sebagai Public Relations & Communication Intern Bentley Jakarta, terdapat sejumlah kendala atau tantangan yang ditemukan. Berikut adalah uraian dari kendala yang ditemukan tersebut.

1) Tabel Rangkuman *Media Monitoring* yang Kurang Rinci

Dalam membuat hasil rangkuman *media monitoring*, Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta cenderung hanya menggunakan tabel rangkuman *media monitoring* yang menghitung jumlah media di Indonesia yang mempublikasikan mengenai topik tertentu mengenai Bentley. Hal ini digunakan untuk mengetahui topik mana saja yang paling mampu menarik perhatian para media untuk mempublikasikannya kepada masyarakat pada platform yang mereka miliki. Namun, tidak ada bagian dari tabel yang menjelaskan perkiraan alasan terdapat sebagian media dari *media list* tidak mempublikasikan *press release*. Selain itu, tidak terdapat pula bagian dari tabel yang menguraikan hasil respon dari media yang mempublikasikan *press release* yang diberikan. Dengan demikian, efektivitas dari kegiatan PR terutama dalam merangkum hasil *media monitoring* yang dilakukan masih belum maksimal.

2) Pelaksanaan *Media Monitoring* yang Kurang Efisien

Ketika melakukan *media monitoring* terhadap topik tertentu seputar Bentley, Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta kerap menelusuri satu-persatu media mana saja yang membahas mengenai topik tersebut di internet. Oleh karena itu, pelaksanaan *media monitoring* seperti ini dapat dikatakan kurang efisien karena membutuhkan waktu yang cukup panjang serta ketelitian yang mendalam saat melaksanakan *media monitoring*.

- 3) Beberapa *Jobdesk* yang Diberikan Belum Pernah Dipelajari pada Perkuliahan

Dalam melaksanakan tanggung jawabnya sebagai *Public Relations & Communication Intern* yang sebagian besar adalah untuk mengelola aktivitas PR Bentley Jakarta kepada media-media di Indonesia, terdapat beberapa teori PR yang digunakan seperti dalam membuat *press release*, *media monitoring*, serta merangkum hasil *media monitoring*. Sedangkan, mata kuliah yang pernah diambil dan paling beririsan dengan aktivitas ini adalah mata kuliah *Marketing Public Relations*. Namun, mata kuliah *Writing for PR* yang belum pernah diambil dipercaya mampu membantu pengerjaan *jobdesk* sebagai *Public Relations & Communication Intern*.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Meskipun terdapat sejumlah kendala yang ditemukan dalam melaksanakan praktik magang sebagai *Public Relations & Communication Intern* Bentley Jakarta, terdapat solusi yang ditemukan pula untuk mengatasi kendala-kendala tersebut. Berikut merupakan uraian dari solusi tersebut.

- 1) Menambah Elemen Evaluasi Saat Merangkum Hasil *Media Monitoring*

Departemen Marketing Bentley Jakarta mampu menambah beberapa elemen evaluasi dalam tabel rangkuman hasil *media monitoring* seperti perkiraan alasan sebagian media dari *media list* tidak mempublikasikan *press release* yang diberikan. Hal ini akan memberikan wawasan bagi Departemen untuk mengetahui karakteristik dan preferensi media dalam mempublikasikan sebuah topik mengenai Bentley di platform mereka masing-masing. Selain itu, Departemen juga mampu untuk menambahkan elemen evaluasi berupa hasil tanggapan dari media yang mempublikasikan sebuah topik tertentu mengenai Bentley. Departemen mampu mengkategorikannya menjadi 3 jenis tanggapan, seperti apakah tanggapan tersebut bersifat positif, netral, maupun negatif.

2) Mengintegrasikan *Tools Monitoring* dalam Strategi PR

Untuk meningkatkan efisiensi waktu dalam melaksanakan aktivitas *media monitoring*, Departemen Marketing Communication Bentley Jakarta mampu mengintegrasikan *tools monitoring* seperti Search Engine Optimization (SEO) yang akan membantu Departemen untuk menemukan media mana saja yang mengangkat topik seputar Bentley berdasarkan kata kunci yang ditelusuri secara ringkas dalam jangka waktu yang lebih cepat. Terlebih lagi, SEO juga mampu membantu Departemen dalam mengukur jumlah volume pencarian kata kunci dari topik tersebut. Sehingga, didapatkan pula pengetahuan mengenai seberapa besar minat masyarakat Indonesia untuk menelusuri suatu topik tertentu mengenai Bentley.

3) Meminta Masukan dan Saran dari Teman Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMN yang Mengambil Mata Kuliah *Writing for PR*

Biarpun tidak mengambil mata kuliah *Writing for PR*, namun terdapat beberapa teman dari mahasiswa Ilmu Komunikasi UMN yang mengambil mata kuliah tersebut. Seperti contohnya, ketika membuat *press release* untuk Bentley Jakarta, penulis meminta *insights* kepada mahasiswa yang pernah mengambil mata kuliah tersebut untuk memberikan masukan dan saran apakah *press release* tersebut sudah sesuai dengan teori yang dipelajari pada mata kuliah *Writing for PR*. Namun, tentunya kelayakan hasil *press release* tetap ditentukan oleh Marketing Communication Associate Manager selaku *supervisor*. Apabila dirasa sudah cukup baik, maka *supervisor* akan langsung menyebarkannya kepada para media di Indonesia.