



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Cohn & Wolfe memiliki struktur organisasi yang sederhana. Perusahaan ini dikepalai oleh seorang *managing director* bernama Andrew Goldman yang membawahi para *consultant* dan *associates*. Perusahaan ini hanya memiliki 12 orang karyawan ketika penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai posisi *interns*. Selain itu, komunikasi antar karyawan juga relatif mudah karena perusahaan ini bersifat *open space*.

Jumlah karyawan yang sedikit mengakibatkan seseorang dapat ditugaskan untuk menangani beberapa klien sekaligus dan ditempatkan pada beberapa tim yang berbeda. Masing-masing tim memiliki seorang *project manager* yang bertugas untuk mengepalai dan mengatur tim. Pemilihan anggota tim sendiri pun fleksibel, tergantung pada latar belakang masing-masing karyawan sehingga karyawan baru pun tetap diijinkan untuk menangani klien besar selama sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Tugas penulis sebagai *interns* adalah membantu seluruh *consultant* dan *associate* untuk menangani klien sehingga penulis tidak hanya menangani satu klien saja. Penulis juga dibantu oleh dua orang *interns* dalam melaksanakan tugas. Pembagian tugas dan penyerahan laporan seluruhnya dikomunikasikan melalui *e-mail* untuk menghindari miskomunikasi dan memastikan seluruh tim mendapatkan pesan yang sama.

Terlepas dari kedudukan penulis sebagai *interns*, Cohn & Wolfe juga melibatkan penulis dalam rapat dan juga presentasi dari calon klien. Para peserta magang juga diperbolehkan untuk menyampaikan pendapat mengenai proyek yang sedang dikerjakan sehingga benar-benar terlibat langsung dalam menangani klien, bukan hanya mengerjakan tugas-tugas yang ringan saja. Selain itu peserta magang

juga diajak untuk mengadiri dan terlibat dalam *event* sehingga benar-benar memahami pekerjaan sebenarnya di lapangan, bukan hanya *planning* saja.

3.2 Aktivitas Magang

Pekerjaan yang penulis lakukan selama praktik magang adalah seputar *media monitoring* dan *media relations* seperti *follow up*, konfirmasi, *invitation*, dan *feedback* pada jurnalis. Berikut adalah aktivitas yang penulis lakukan selama melaksanakan praktik kerja magang di Cohn & Wolfe.

Tabel 3.1 Aktivitas Praktik Kerja Magang Februari-April 2015

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Media Monitoring</i> yang lebih fokus di tabloid, majalah, dan <i>online</i> untuk Lazada dan Tourism Australia. c) <i>Follow up</i> jurnalis melalui telepon untuk memastikan kehadirannya pada event Farm-to-Table untuk Potato Head Garage.
2	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Follow up</i> jurnalis untuk event Lazada c) <i>Media Monitoring</i> untuk melihat pemberitaan yang dihasilkan dari event Farm-to-Table di minggu pertama. d) <i>Translation</i> untuk Qantas e) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell

	<p>pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015.</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe b) <i>Media Monitoring</i> untuk kasus Bali Nine karena dapat berdampak pada pariwisata Australia. c) <i>Daily Monitoring</i> yang berfokus pada <i>investor relations</i> untuk Pertamina. d) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015.
4	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Media Monitoring</i> untuk kasus Bali Nine karena dapat berdampak pada pariwisata Australia. c) Mengirimkan undangan melalui instagram kepada <i>food bloggers</i> untuk menghadiri <i>event</i> Farm-to-Table kedua yang dikhususkan hanya untuk <i>food bloggers</i>. d) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015.
5	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Media Monitoring</i> terkait krisis yang dialami oleh Asia Pulp & Paper akibat kasus pembunuhan petani yang diduga dilakukan oleh petugas sekuriti salah satu anak perusahaan APP.

	<ul style="list-style-type: none"> c) <i>Media Monitoring</i> untuk kasus Bali Nine karena dapat berdampak pada pariwisata Australia. d) <i>Daily Monitoring</i> yang berfokus pada <i>investor relations</i> untuk Pertamina. e) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015.
6	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015. c) <i>Follow Up</i> untuk event Farm-to-Table d) Membantu persiapan dan menghadiri <i>event</i> Dell yaitu <i>discussion panel</i> dengan jurnalis yang bertema <i>Evolving Workforce</i>.
7	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Media Monitoring</i> terkait <i>event</i> Dell pada minggu sebelumnya untuk mengevaluasi apakah jumlah pemberitaan sudah sesuai dengan ekspektasi atau tidak. c) <i>Media Monitoring</i> untuk <i>event</i> Farm-to-Table d) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015.

8	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Translation</i> untuk Qantas c) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015. d) <i>Daily Monitoring</i> yang berfokus pada <i>investor relations</i> untuk Pertamina.
9	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015. c) <i>Event</i>, membantu mempersiapkan event Dell yang akan diadakan di Surabaya, seperti memesan <i>venue</i> di Tunjungan Plaza, memesan <i>cupcake</i> sebagai hadiah untuk media, dan mengirimkan <i>fax</i> serta menelepon jurnalis media-media Surabaya.
10	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe. b) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015.
11	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe.

	<p>b) <i>Media Analysis</i> untuk Shell, yaitu membaca dan mengelompokkan seluruh pemberitaan tentang Shell pada tahun 2014 untuk dibuatkan analisis mendalam agar dapat menyusun strategi baru di tahun 2015.</p> <p>c) <i>Media Monitoring</i> terkait aplikasi baru dari path, yaitu Kong.</p> <p>d) <i>Follow-up</i> untuk ketersediaan <i>venue</i> di Tunjungan Plaza untuk <i>event</i> Dell di Surabaya.</p>
12	<p>a) <i>Media Monitoring</i> secara umum pada surat kabar untuk seluruh klien yang ditangani Cohn & Wolfe.</p> <p>b) <i>Event</i>, Britcham Discussion Panel di hotel Le Meridien. Membuat laporan mengenai <i>event</i> tersebut.</p>

Tabel 3.2. Timeline Pekerjaan Peserta *Intern* Cohn & Wolfe

AKTIVITAS	AGUSTUS				SEPTEMBER				OKTOBER			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Media monitoring</i>												
<i>Media relations</i>												
<i>Event</i>												

3.3 Uraian Pekerjaan Magang

3.3.1 Media Monitoring

Media monitoring merupakan kegiatan utama yang penulis kerjakan sebagai *interns* di Cohn & Wolfe. Kegiatan ini memiliki banyak tujuan, antara lain :

1. Mengetahui isu yang berkembang terkait klien yang ditangani oleh Cohn & Wolfe sehingga dapat dijadikan acuan untuk merancang strategi yang tepat.
2. Mengevaluasi *output* dari implementasi program seperti *press conference*, *discussion panel* bersama media, *event*, dan sebagainya. Dari hasil pemberitaan yang dimuat oleh media, akan terlihat apakah sudah sesuai dengan target yang diharapkan atau belum. Jika belum, maka akan dievaluasi kembali apa kekurangan dari program yang dilaksanakan sehingga dapat merancang strategi yang lebih baik lagi berikutnya.
3. Bagi *interns*, kegiatan ini bertujuan agar para peserta magang dapat memahami konten dari berbagai media. Media yang berbeda memiliki karakteristik yang berbeda pula, dimulai dari cara penulisan berita serta isu yang ditonjolkan karena setiap media memiliki agendanya masing-masing. Dengan memahami ini, para peserta magang akan mampu dengan cepat mengetahui media mana yang harus diundang ke *event* yang akan dilaksanakan, sehingga hasil pemberitaannya akan sesuai dengan harapan.

Menurut Michaelson dan Griffin (2005) dalam bukunya "A New Model for Media Content Anylisis", Institute for Public Relations" mengatakan bahwa *Media Monitoring* adalah salah satu kegiatan untuk memantau dan mengawasi pemberitaan yang terdapat di media massa. *Media Monitoring* bertujuan untuk menemukan, mengantisipasi , atau mencegah pemberitaan yang terdapat di media massa.

Ketika sampai di kantor pada pukul 08:00, penulis langsung melakukan *media monitoring* pada berbagai surat kabar dan majalah, antara lain :

- Kompas

- Kontan
- Media Indonesia
- Republika
- Seputar Indonesia
- Investor Daily
- Suara Pembaruan
- *The Jakarta Post*
- *Jakarta Globe*
- Rakyat Merdeka
- Tempo
- Bisnis Indonesia
- Warta Kota
- Sinar Harapan
- Femina
- Majalah Tempo
- Gatra
- MIX
- Marketeers
- SWA
- Cosmopolitan

Penulis dibantu oleh dua orang peserta magang lagi dalam melakukan media monitoring ini karena kegiatan ini memakan waktu yang cukup lama. Penulis harus mencari apakah ada berita yang melakukan *direct* dan *indirect* mention terkait klien yang ditangani Cohn & Wolfe. Apabila ada, penulis akan menggunting (untuk klien tertentu) dan men-*scan* berita tersebut untuk kemudian diberikan kepada tim penanggungjawab melalui *e-mail*.

Selain di surat kabar dan majalah, penulis juga terkadang diminta untuk melakukan *media monitoring* secara online untuk klien tertentu seperti Pertamina, Dell, Potato Head Garage, Path, dan Lazada. Setelah itu, khusus untuk Dell, penulis

juga akan mengurutkan hasil pemberitaan yang didapatkan dari media per dua minggu sekali agar lebih rapi sehingga mudah dibaca oleh klien.

Sebenarnya, Cohn & Wolfe sudah menyewa *agency media monitoring* yaitu IPM. Namun, karna *agency* tersebut hanya melakukan monitoring berdasarkan *keyword* dan tidak disaring, terkadang pemberitaan yang didapatkan kurang akurat dan ada yang terlewat, sehingga peran peserta magang juga dibutuhkan dalam pekerjaan ini.

3.3.2 Media Relations

Menurut Ardianto (2011, h.264), *media relations* merupakan salah satu kegiatan PR dalam memberikan informasi kepada publik/masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik. Kegiatan *media relations* sangat beragam, seperti *press conference*, *event*, *media gathering*, *discussion panel*, dan *media visit*.

Kegiatan *media relations* yang penulis lakukan di Cohn & Wolfe adalah *media calling*. Penulis banyak menelepon para jurnalis dari media yang berbeda untuk mengundang mereka ke *event* yang diadakan oleh klien, menanyakan konfirmasi kehadiran, maupun meminta *feedback* dari *event* yang mereka hadiri. *Media calling* biasanya dilakukan seminggu sebelum acara diadakan karena para jurnalis juga terkadang memiliki aktivitas yang padat, lalu konfirmasi kehadiran dilakukan sehari sebelum acara. Semua ini dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan media demi kepentingan klien.

Selain melalui telepon, penulis juga pernah mengundang para *foodbloggers* melalui *Instagram* dengan memanfaatkan fitur *Direct Message (DM)* dan juga melalui *e-mail*. Namun, penggunaan fitur DM kurang efektif karena hanya sekitar 10% yang membalas. Menghubungi via telepon adalah cara yang paling efektif untuk mengundang baik jurnalis maupun *bloggers*.

Keberhasilan sebuah program atau *event* yang diselenggarakan dapat terlihat dari hasil pemberitaan yang muncul. Biasanya dari seluruh media yang diundang, diharapkan 80% dari undangan akan hadir di acara dan meliput acara

tersebut di media masing-masing sehingga ekspektasi dari klien juga tercapai. Oleh sebab itulah, hubungan personal dengan jurnalis juga harus dijaga agar mereka mau meliput *event* yang diadakan. Terkadang apabila ada media yang tidak meliput, penulis akan meminta menghubungi media tersebut untuk menanyakan apakah *event* tersebut akan diliput akan tidak, tentunya dengan cara persuasif seperti yang diarahkan oleh tim yang bersangkutan.

Untuk membangun hubungan yang baik dengan media, salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan mereka souvenir (*media gift*). Namun, yang diberikan bukanlah uang tunai, melainkan berupa *goodie bag*, *Flash disk* pada *event* Dell, dan sebagainya.

3.3.3 Event Management

Event merupakan salah satu alat (*tools*) bagi PR untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Ketika perusahaan mengadakan *event* dan diliput oleh berbagai media, tentunya akan meningkatkan *awareness* publik terhadap perusahaan. Apabila pemberitaannya positif, tentu juga akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Kelancaran dan keberhasilan *event* tentunya akan bergantung pada persiapan dan perencanaan. Sebuah *event* harus dipersiapkan dengan maksimal, mulai dari *venue*, *budget*, undangan, dan *message* yang ingin disampaikan sehingga undangan tertarik untuk hadir. Tentunya yang paling penting adalah *event* tersebut harus berhasil dikomunikasikan kepada publik, yaitu melalui liputan dari media yang diundang. Itulah peran dari konsultan PR seperti Cohn & Wolfe yang bertugas untuk membantu perusahaan mengundang media yang relevan dengan *event* untuk hadir dan melakukan liputan.

Penulis sebagai peserta magang di Cohn & Wolfe juga terlibat dalam beberapa *event*, antara lain :

1. *Dell Evolving Workforce*

Pada tanggal 13 Maret 2015, Dell bekerjasama dengan Intel mengadakan *discussion panel* bersama Jurnalis dengan tema *Evolving Workforce*. Secara

garis besar acara ini membahas tentang mobilitas kerja, dimana karyawan tidak lagi melulu harus bekerja di kantor, melainkan bisa di luar kantor.

Disini penulis berperan dalam perencanaan event tersebut mulai dari *media calling*, *follow-up*, dan juga hadir di acara tersebut untuk mencatat pertanyaan dari jurnalis. Penulis juga membantu mempersiapkan properti acara seperti tulisan '*Evolving Workforce*' dari bahan *polyfoam*. Setelah itu penulis juga melakukan *media monitoring* untuk melihat apakah jurnalis yang hadir meliput acara tersebut atau tidak.

2. *BritCham-EuroCham Discussion Panel*

Acara ini diselenggarakan oleh BritCham bekerjasama dengan EuroCham dengan mengusung tema "*Developing the Leadership Skills of Indonesian Talent*" pada tanggal 29 April 2015 di Hotel Le Meridien, Jakarta. Acara ini dihadiri oleh Cohn & Wolfe karena salah satu klien, yaitu Henkel menjadi narasumber di acara tersebut.

Dalam acara ini penulis juga melakukan *media calling* untuk mengundang jurnalis dan mencatat pertanyaan yang ditujukan kepada Allan Yong, presiden dari Henkel Indonesia.

Setelah acara berakhir, proses evaluasi akan dilakukan, yaitu dengan melakukan *media monitoring*. Menurut Van Der Wagen dan Carlos (2005, h.248), evaluasi merupakan bagian yang seringkali dilupakan setelah event. Hal ini sangat disayangkan karena akan ada banyak manfaat yang didapatkan dari kritik terhadap *event* tersebut. Dengan melakukan evaluasi, kita dapat belajar dari pengalaman untuk meningkatkan lagi *event* yang akan diadakan selanjutnya. Oleh sebab itu, Cohn & Wolfe akan selalu melakukan kegiatan evaluasi ini.

Event yang diadakan selama penulis melakukan praktik kerja magang dapat dikatakan berhasil karena jumlah jurnalis yang hadir selalu sesuai dengan ekspektasi. Pemberitaan yang ada juga selalu positif dan rata-rata hampir seluruh jurnalis yang hadir meliput acara tersebut.

3.4 Kendala

Kendala yang penulis rasakan selama praktik kerja magang adalah antara lain :

1. Pembagian Kerja

Ketika melakukan praktik kerja magang, penulis dibantu oleh dua orang rekan sehingga pada minggu-minggu pertama agak sulit menentukan pembagian porsi kerja.

2. *Deadline*

Terkadang ketika mengadakan sebuah *event*, persiapan yang dilakukan terlalu mepet. Ketika penulis mempersiapkan acara *Dell Evolving Workfoce*, penulis diminta mempersiapkan properti dari *polyfoam H-1* sebelum acara dilakukan sehingga persiapannya agak buru-buru.

3.5 Solusi

Penulis beradaptasi dengan ritme kerja di Cohn & Wolfe dan berusaha untuk melakukan pembagian kerja secara efektif.

UMMN