



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

Pada bab ini, penulis ingin menjelaskan mengenai tugas-tugas, kedudukan serta tanggung jawab yang sudah dilakukan selama melakukan kerja magang di bawah Divisi *online public relations* BiG TV. Penulis juga ingin membahas uraian tersebut dengan menggunakan definisi-definisi, konsep-konsep, dan teori.

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktik kerja magang di BiG TV dan ditempatkan di dalam divisi *Online Public Relations*. Penempatan posisi dalam praktik magang di sesuaikan dengan studi penulis yaitu ilmu komunikasi dengan fokus pada Public Relations. Proses magang berlangsung selama 3 bulan dibawah bimbingan Bapak Deki Permana selaku *Digital Marketing Executive* di BiG TV. Tidak hanya bergerak di divisi *online public relations*, penulis juga ikut aktif pada bagian *customer relationship management*.

3.2 Aktivitas Kerja Magang

Tugas yang diberikan pembimbing lapangan dan dilakukan mahasiswa sangat banyak dan beragam, mulai dari kegiatan *Customer Relationship Management (CRM)*, *Online Public Relations*, dan *Media Relations*. Pada kegiatan praktik kerja magang ini juga menuntut penulis untuk dapat melakukan berbagai pekerjaan sekaligus atau *multitasking*, dan tentunya dalam ruang lingkup Public

Relations. Tugas yang diberikan menuntut penulis untuk teliti, sabar, dan menguji keahlian berfikir secara strategis mahasiswa. Serta mahasiswa dituntut untuk selalu siap pada tugas baru yang diberikan dan harus bisa menyelesaikannya dalam waktu yang telah diberikan. Berikut adalah aktivitas dan pekerjaan yang dilakukan mahasiswa selama praktik kerja magang yang berlangsung di BiG TV dari tanggal 1 September 2015 - 11 November 2015.

The image shows a large, light blue watermark of the UMMN logo. The logo consists of a circular emblem with a stylized building or tower structure inside, and the letters 'UMMN' written in a bold, sans-serif font below it.

No.	Pekerjaan	Deskripsi pekerjaan	September				Oktober				November	
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
1	Monitoring	Memonitoring Sosial Media BiG TV										
2	Daily Schedule	Menyusun jadwal hari dan jam film										
3	Content Plan	Memilih jadwal film yang ditayangkan										
4	Scheduling	Posting jadwal film di media sosial										
5	Kuis	Membuat kuis-kuis berhadiah untuk costumer										
6	Pengumuman quis	Memilih dan mengumumkan beberapa pemenang dari quis yang di buat										
7	Membuat ID dan email	Membuat ID dan email kaskus untuk memenage isu										
8	Event	Mencari event-event mendatang untuk di ajak kerja sama										

Bagan 3.1 Kegiatan yang dilakukan mahasiswa

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

No.	Pekerjaan	Deskripsi Pekerjaan
1	Customer Relationship Mngement 8 Sep – 1 Nov	a. Bagi-bagi tiket gratis untuk pelanggan BiG TV b. Membuat kuis berhadiah untuk Customer BiG TV c. Menelfon dan mengkonfirmasi Customer untuk menghadiri suatu event
2	Online Public Relations 1 Sep – 11 Nov	a. Monitoring sosial media BiG TV b. Membuat Content Plan Film untuk di posting di twitter BiG TV c. Membuat email palsu dan id kaskus untuk membantu menangani isu di sosial media d. Memposting jadwal film dan sinopsisnya di twitter BiG TV
3	Media Relation 8 Nov	a. Menghadiri event yang diadakan oleh National Geographic Channel

Bagan 3.2 Proses Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.2 Penjelasan Kegiatan Selama Kerja Magang

3.3.2.1 Customer Relationship Management

Setiap perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan customernya, salah satunya dengan melakukan konsep *customer relationship management* (CRM). Menurut Smith dan Zook (2011, h.62), CRM adalah sebuah *database* yang merupakan suatu proses membantu organisasi tetap berhubungan dengan pelanggan dan menangani permintaan, pembelian, komplain dan saran. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008, h. 16-23), *customer relationship management* merupakan suatu upaya untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, melalui penyediaan pelayanan yang bernilai dan memuaskan mereka. Secara garis besar, perusahaan dapat mengembangkan hubungan dengan para pelanggannya melalui tiga pendekatan yaitu:

1. Manfaat finansial (*financial Benefit*)

Manfaat finansial meliputi penghematan biaya yang dikeluarkan oleh seorang pelanggan pada saat mereka membeli produk atau jasa dari perusahaan. Pada implementasinya penyediaan manfaat finansial adalah dengan menjalankan *frequency marketing programs* seperti pemberian reward berupa diskon khusus atau *point reward* kepada pelanggan.

2. Manfaat sosial (*Social Benefit*)

Pemberian manfaat sosial lebih menyentuh keinginan dan kebutuhan pelanggan secara lebih personal. Implementasi dari penyediaan manfaat sosial (*social benefit*) dapat dikatakan paling muda adalah perusahaan berupaya mengingat nama pelanggan secara individu.

3. Ikatan struktural (*Structural ties*)

Membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggan melalui ikatan struktural sehingga memudahkan pelanggan untuk bertransaksi dengan perusahaan.

Dalam aktivitas CRM BiG TV berupaya untuk membangun pendekatan secara komperhensif guna menciptakan, mempererat, dan mempertahankan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan konsumennya. Komperhensif yang dimaksud adalah praktik CRM berlaku bukan hanya satu divisi yang terlibat saja, melainkan keseluruhan perusahaanpun ikut terlibat dalam membangun hubungan dengan konsumen. Yang dimaksud dalam menciptakan, mempererat, dan mempertahankan hubungan ialah saat dimana kegiatan CRM dapat mengimplementasikan strategi yang matang dengan menganalisa data tentang konsumen, serta *buying habit* yang dimilikinya. Maka dari itu, salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara bagi-bagi tiket gratis dan membuat kuis berhadiah guna mengetahui keaktifan para

customernya di sosial media dan untuk mendapatkan awareness dari pelanggan BiG TV maupun bukan serta agar sosial media BiG TV selalu di lihat oleh orang banyak karena banyak kejutan yang diberikan. Hal ini dilakukan karena perusahaan ingin membangun hubungan yang baik dengan para konsumennya.

Dalam Proses pembuatan kuis berhadiah perusahaan bekerjasama dengan channel-channel international seperti AXN, WakuWakuJapan, Nickelodeon, dan lain-lain untuk mendapatkan awareness dan partisipasi dari orang-orang yang mengikuti akun BiG TV di sosial media. Hal pertama yang di lakukan untuk membuat kuis berhadiah adalah menjalin kerjasama dengan channel international contohnya AXN, ketika pihak AXN sudah setuju untuk bekerja sama tahap selanjutnya penulis membuat beberapa pertanyaan terlebih dahulu, membuat rangkaian kuis-nya untuk di posting di sosial media, ketika sudah membuat beragam pertanyaan dan macam-macam kuis selanjutnya di kirim terlebih dahulu ke pihak AXN untuk disetujui, lalu ketika sudah setuju maka didiskusikan untuk hadiahnya, jika sudah penulis memposting kuis berhadiah tersebut di sosial media BiG TV.

Gambar 3.1

Contoh Pembuatan Kuis Untuk The Voice

Kuis AXN untuk acara The Voice

- Membuat kuis menebak juri "The Voice" yang dilaksanakan selama 1 bulan. Caranya dengan mengumpulkan poin di setiap pertanyaan yang di berikan. Pertanyaan di berikan seminggu sekali dan pertanyaan hanya berupa klu-klu saja untuk memberi petunjuk.
Pertanyaannya tentang menebak juri yang ada di the voice, dan setiap minggunya pertanyaan akan terus berganti. Bagi yang mengumpulkan poin paling banyak akan menjadi pemenangnya.
- Kuis dengan melengkapi lirik lagu yang telah diberikan. Kita memberikan lirik lagu salah saatu juri "The Voice" lalu menghilangkan beberapa bagian dari lirik tersebut. Peserta harus menyebutkan dengan benar semua bagian lirik yang hilang tersebut.
- Kuis dengan sistem eliminasi dengan pertanyaan seputar "The Voice" dilaksanakan 1 bulan. Pertanyaan di berikan seminggu sekali, setiap minggunya akan diheri pertanyaan berbeda. Peserta yang salah menjawab pertanyaan akan tereeliminasi dan tidak bisa mengikuti/ menjawab pertanyaan di minggu berikutnya sampai akhir bulan. Peserta yang dapat menjawab dengan benar terus akan menjadi pemenang.

3.3.2.2 Online Public Relations

Perkembangan internet memberikan manfaat untuk memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi antara satu orang dengan yang lainnya. Menurut Philip & Young (2011, h. 83-83) *internet* dapat memberikan pengaruh terhadap kesuksesan korporasi dan ekonominya. Serta dijelaskan bahwa keterlibatan praktisi PR juga mempengaruhi terhadap kesuksesan dalam pengembangan sektor ekonomi dan sosial di perusahaan. Dalam praktisi PR, hal ini memberikan keterkaitan

terhadap batasan yang baru di dalam manajemen, hubungan, dan komunikasi. Kontribusi praktisi PR di dalam sektor ekonomi yang menonjol adalah kesempatan yang diberikan kepada individu-individu yang memiliki kertertarikan hampir sama dan nilai untuk bersama-sama saling bertukar informasi dan ide.

Salah satu aktivitas *public relations* yang dilakukan di dunia maya adalah *online public relations*. Kegiatan *online public relations* sebagian besar berhubungan dengan *social media* (media sosial). Menurut Breakenridge (2008, h. xviii) *social media* adalah segala sesuatu yang menggunakan internet untuk memfasilitasi percakapan antara satu orang dengan yang lainnya. *Social media* mengarah kepada pendekatan dua arah PR.

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis melakukan aktivitas *online public relations* dilakukan dalam kegiatan *social media handling*. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan *social media handling* diantaranya adalah:

1. Mencari dan mengisi konten *Social Media*

Salah satu tugas utama yang dilakukan oleh *social media manager* adalah mengisi dan mencari konten untuk media sosial. Dalam pencarian konten penulis melakukan setiap harinya, karena dalam satu hari diwajibkan untuk memberikan *postingan* yang dapat memberikan interaksi dengan konsumen. Selama

melakukan praktik kerja magang, penulis diberikan kepercayaan untuk mengelola media sosial *twitter* (85% kontribusi).

- **Twitter**

Penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan kegiatan *Online Public Relations* di media *twitter*, tugas yang diberikan berupa posting jadwal-jadwal film, membuat sinopsis film yang di share di *twitter*, membuat salam pembuka dan penutup setiap harinya, membuat content plan, dan memberi kuis.

Penulis diberi kepercayaan untuk dapat memilih pemenang yang benar dari kuis-kuis yang telah dibuat, serta mengumumkan pemenangnya dan langsung di *tag* kepada pemenang. Penulis juga mengkomunikasikan promo dan paket-paket channel *big tv* untuk berlangganan.

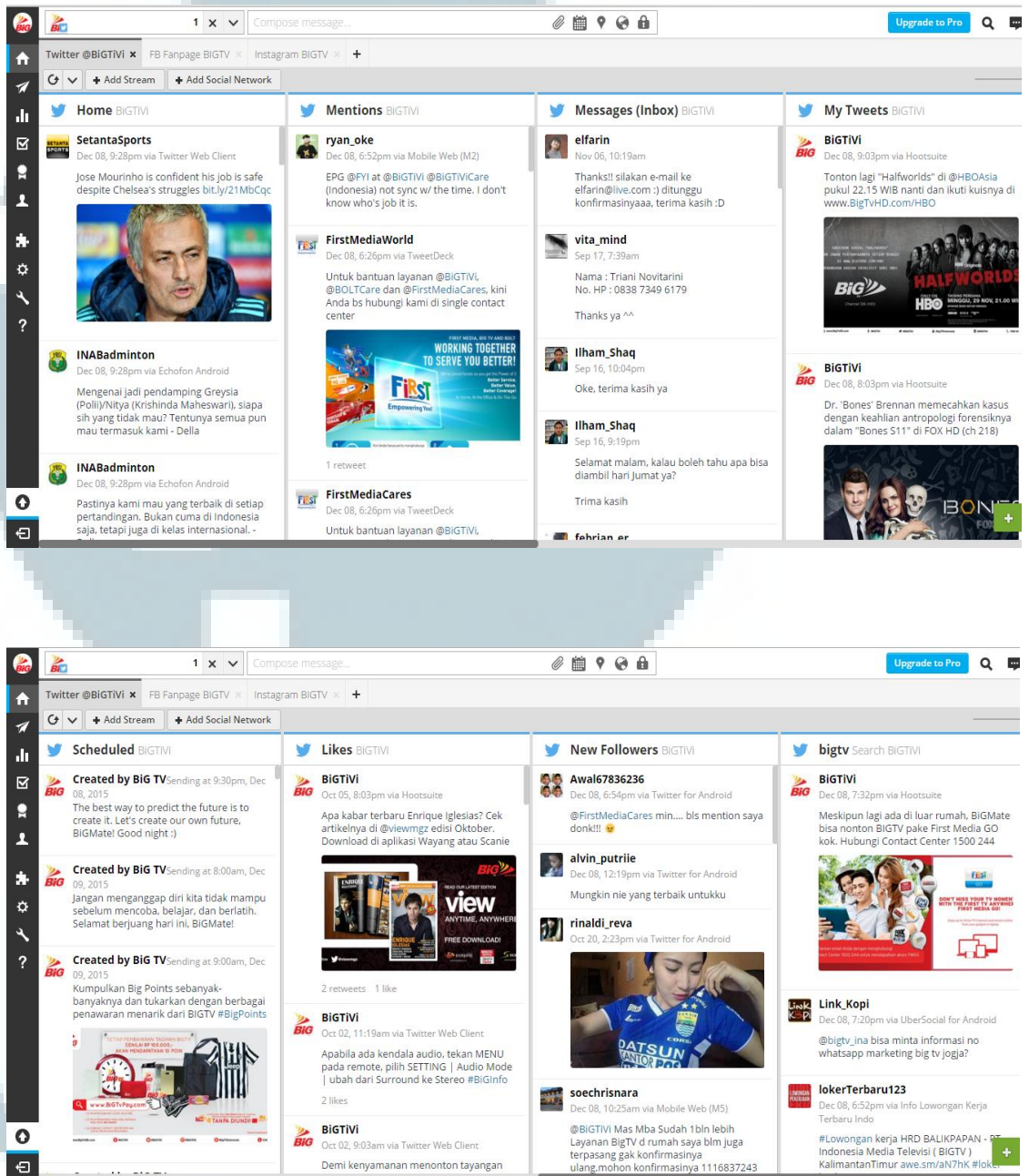
Salah satu bentuk apresiasi kepada *customer* yang membantu secara tidak langsung dalam mempromosikan *BiG TV* melalui akun *twitter* mereka, pemenang memposting kegembiraannya karena memenangkan kuis dan mendapatkan hadiah dari *BiG TV*. Penulis dipercaya menjadi *admin itwitter* selama tiga bulan (September – November 2015).

Frekuensi penulis dalam melakukan kegiatan *posting* di *twitter* paling sedikit adalah 5 kali dalam seminggu (senin - jumat) di mana hari sabtu dan minggu biasanya penulis tidak melakukan kegiatan *posting* terkecuali bila ada event tertentu.

Penulis juga diajari untuk melakukan strategi dengan cara membuat membuat email dan akun *twitter* lain untuk meminimalisir atau meredam isu-isu yang tersebar di media sosial. Jadi ketika ada customer atau orang jahil yang ingin menjelekan nama baik BiG TV maka akun palsu yang membantu untuk meredam isu-isu tersebut sehingga tidak sampai ke tahap krisis.

UMMN

Gambar 3.2
Pengelolaan Akun Twitter BiG TV



1	1.117E+09	Ray Asyraf	rayasraf1@gmail.com	8.39739110	Kp. Tegalluhur RT 18 No 02 Dl. Lingsung, Kec. Pabelan, Kabupaten Jawa Barat, Indonesia	08 October 2015	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
2	1.081E+09	Anis Fitriani	Anisfitriani@yahoo.com	8.2226E+10	Jalan Sawo Nomor 41, Beji, Pondok Cina, Depok.	01 October 2015	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon, Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
3	1.016E+09	Yoni Herdiansari	yonih@ymail.com	8.1268E+10	Setra KBO Purwokerto/Depok Wadip 1, Purwokerto 2 Purwokerto, Sukoharjo	01 October 2015	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
4	1.083E+09	duali hermawan	snukster@yahoo.com	8.18610684	Kp Gunung Tikukur Rt 002 Nw 009 desa Ciampe kec.kutawaringing bandung	30-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Theodore dan simon Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
5	1E499	MURU MUDA	emmapurda@yahoo.co.id	8.1282E+10	Rd. Jomban RT 2 No 22, kec. Jomban Banjarbaru, Jawa Tengah	30-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
6	1.018E+09	Wina Pratama	winandangpratama@gmail.com	8.1882E+10	Ruko Sabun Bunga Square Blok A No. 2 Jlg. Hewan (Jl. Jabon) Blok RT 008-004 023 Blok Sabun Bunga Kec. Sukrami Palembang	30-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463

7	1.081E+09	VERONICA ZULICHKA	v.veronica@gmail.com	8.9623E+10	dk Bu Sugemi, Jl. Tibusana 2 RT 5/11, Muhari, Sragen, Solo.	30-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Theodore Seville dan Simon Seville dan Alvin!!! and the Chipmunks and the Chipmunks: Simon, James, Jesse, Jilly, and Steven Miller Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
8		amir kha	amiragmail@gmail.com	8.1282E+10	Jl. Gamping 2 Gang Anggrek No.288 P009 Rw024 Jatirejo Kecamatan Gedek Bekasi Jawa Barat 17411	29-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Dane Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
9	1.081E+09	EMMANUEL CHRISTOMO	empryandito@yahoo.com	8.3683E+10	Residence One Jade 3 No 102 Tangerang Selatan	28-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
10	1.083E+09	LILY SURYANA	mel_mellyks@yahoo.com	8.1281E+10	Jl. Jogie Raya Gg. Seyur asem RT.002/006 No.788	28-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
11	1.13E+09	MUHAMMAD HARI KANADHAN	hari_kanadhan1@viva.com	8.3818E+10	Jl. Perintis, No 88 RT 03/04, Kampung Mudawungu, Cibeup	27-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? James & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
12	8E498	dan	danmudra@gmail.com	8.3089E+10	linggajati	28-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? James & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463

13	8E498	BUDI SUSETAWATO	budi_susetawa@gmail.com	8.0822E+10	Dukuhon RT 02/03 Candi Ampel Boyan Jawa Tengah	25-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
14	1E499	HENDARA GAFNIAWATI	hendara@ yahoo.com	8.1218E+10	Jl. Juren no 1704 (taman) tenger-4022	25-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
15		lukas	lukas64272@yahoo.com	8.159121753	Jl. Tangki GG. Langer No.6 Rt.008/07 Jakarta Barat 11170 Kec. Taman Sari Kel. Tangki	23-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
16		erika herisa	erikaerika@gmail.com	8.1221E+10	Rusun Kalliga rt 13 no 86 no 76 Kec. Cempaka Tiga sub. kota jember	23-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
17		Andhika Fauz	andhika1@gmail.com	8.1082E+10	Depok, jember	23-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
18	1.085E+09	SAYU HARUITO	sihuitians@gmail.com	8.2261E+10	Cluster Cetalonia 82, Kota Deltamas, Cikarang Pusat, Kab. Bekasi	23-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon Seville & Theodore Seville Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
19	3.13E+09	RIYADI BR	riyadi1@gmail.com	8.3782E+10	Puri Sentosa Blok F10/50 Ciau Cikarang Pusat Bekasi	22-Sep-15	Siapaah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon Seville & Theodore Seville Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463

20	212E40B	Her Susa B	herosusab@gmail.com	8.3878E+10	Bondagen J. Keluring KM 10 RT 03 no 43 no 16 Ubagik Siemam DIT	22-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
21	1E40B	DINDY SUBAWANTO	theprinsesa.jena55@gmail.com	8.2187E+10	Lingsi. Peureun No.281 Rt.003 Rte.002 Kcc. Pertambangan Rab. Setengah Bedaga. 20988 Sumatera Utara	22-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
22		Muhammed inshaf M	inshaf.malik13@gmail.com	8.1294E+10	Jln.Tanjung Lengkong Rt.015/07 no.7 Bidadarica,Jatinegara. Jakarta. 13330	22-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
23		Andyan Alisher	alisherandyan@gmail.com	8.5946E+10	Jl. Rawa Kopi 1 No 11 RT 02 RW 04 Kelurahan Pangkalan Jati Baru Kecamatan Cinere Kota Depok	22-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon Seville dan Theodore Seville Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
24	212E40B	Ryan	ryan.aaa@gmail.com	8.9629E+10	vogelkarta	22-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
25	1E40B	KANDU LEBUANG	awebstone@gmail.com	8.1122E+10	Lampung	22-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
26	1E40B	FIRMAN ARFINSYAH	firman.arfinyah@yahoo.co.id	8.1802E+10	Jl. Girimekar Permai 8 no.24 Ujung berung, Bandung 40619	22-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
27	1.086E+09	YUSAK	yusaktan.japota@gmail.com	8.1122E+10	Jalan H.Sepati Gg.Silih Asih No. 133/90A RT 009 RW 007 Kelurahan Cibadok, Kecamatan Astana Anyar, Bandung, Indonesia 40242	21-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463 dan 463
28	2.12E+09	ALTHEANASUD HAKIMBERTO	altheanasth@espost.co.id	8.9891E+10	Jl. SEWERU BAKAT 002 UNGGARAN 08019	21-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
29	1.087E+09	Dwimas Wahyu Prakoso	dimaswahyu2112@gmail.com	8.1808E+10	Jl. Persewaan No.15 RT 02/04 Cinere, Depok	21-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon dan Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
30		Rouli Simanjuntak	rouliberation@gmail.com	8.9637E+10	Jalan Kelepa Gading Raya blok DD.1 No.10-11 RT.01/RW.18 Perumahan Taman Widma Asri 2 Bekasi Utara 17121	21-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
31		Dwi Setianti	dwiSetianti@yahoo.com	8.7722E+10	Jl. tank no 03 cimahi 40511	21-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? "Simon" si Jenius dan si Sweetheart "Theodore" Happy Nick Hello Everbuddy Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
32		Muhammad Ihsan	ichsan.aliyyah@gmail.com	8.1288E+10	Perum. Bojong Depok Baru 1, Blok CC No. 3 RT 10 / RW 08, Kelurahan : Kedung Waringin, Kecamatan : Bojong Gede, Kode Pos : 16320	21-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Tim Hill Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
33	1E40B	Badia Miftahu Hasenah	badia.hasenah@gmail.com	8.8861412E+10	Jl. Simareja Gg.23 No. 37 Surabaya 60181	21-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon & Theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463
34		Ng Metie	ngmetie@gmail.com	8.1619E+10	Apertemen mediterania kemayoran lobby B rt.32	18-Sep-15	Siepakah nama saudara Alvin dari ALVINNN!!! and the Chipmunks? Simon and theodore Berapakah nomor channel Nickelodeon di BIGTV?	463

1	NO	Nama	Nama Akun Twitter	No Hp
2	1	Alan Prasetyo	@alanpras	08111805035
3	2	Nico Febrianto	@ozoranico	083808122101
4	3	Randa Arkie Primawan	@RandaArkie	08561525692
5	4	Dimas Wicaksono	@dimasdw	087778485317
6	5	Muhammad Rifky Triananda	@MRIFKYT	087874504920
7	6	Ilhamulkarim Shaquille Aziz	@Ilham_Shaq	082124540419

Gambar 3.5
Contoh Promo BiG TV





2. Mengelola *Social Media Feedback*

Social media feedback bertujuan untuk merespon dan memantau *feedback* yang sedang terjadi di media sosial. Serta memastikan adanya *feedback* dari konsumen, baik itu berupa pertanyaan, keluhan ataupun saran terkait BiG TV.

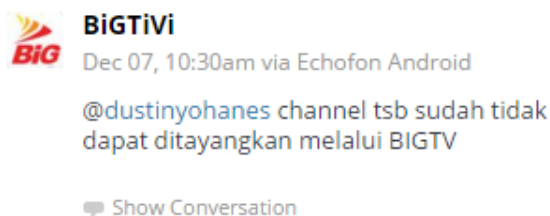
Gambar 3.6

Contoh Social Media Feedback





BiGTiVi
Dec 06, 6:28pm via Echofon Android
@HerdianaTini channel tersebut tidak tersedia
Show Conversation



BiGTiVi
Dec 07, 10:30am via Echofon Android
@dustinyohanes channel tsb sudah tidak dapat ditayangkan melalui BIGTV
Show Conversation



BiGTiVi
Dec 07, 10:29am via Echofon Android
@bayunandaka info channel secara lengkap bisa dilihat di BigTvHD.com
Show Conversation

3. Membuat *Social Media Event*

Perkembangan internet yang semakin cepat dan dapat diakses dimana saja ini dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan salah satunya dengan membuat *social media event*. Tujuannya adalah agar terciptanya komunikasi dua arah dan intens antara perusahaan dengan konsumennya melalui *social media*.

Pada saat melakukan praktik kerja magang penulis membuat *event share & Get*. *Event* ini menghadiahkan kepada konsumen yang menjawab kuis dengan benar di *social media*

BiG dalam bentuk pemberian tiket konser atau tiket *event* lainnya.

3.3.2.3 Media Relation

Yosal Iriantara (2008, h. 32) mendefinisikan Media Relations adalah bagian dari PR eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media masa sebagai saran komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Lalu pendapat Frank Jefkins, *media relations* memiliki arti, “Usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.” (Wardhani, 2008, h. 9)

Media relations menjadi salah satu strategi humas dalam membangun publisitas perusahaan, individu maupun organisasi melalui publikasi menggunakan jasa media masa. Tampak bahwa pengertian media untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi/perusahaan.

Menurut Elvinaro, (2007, h. 182) dalam menyebarkan informasi humas tentunya membutuhkan peran serta media untuk mempublikasikan seluruh aktivitas yang telah dijalankannya. Sehingga wajar bila dikatakan hubungan humas dan media merupakan hubungan dua arah. Disatu pihak, organisasi menyediakan informasi dan memberikan fasilitas-fasilitas kepada pers apabila diminta sebaliknya pihak pers memberikan komentar-komentar dan menyiarkan berita.

Dalam kegiatan *media relations, public relations* dituntut untuk melakukan kerja sama dengan media, baik secara fungsional maupun individual. Dalam buku *media relations : Sarana Membangun Reoutasi Organisasi*, Diah Wardhani (2008, h. 14) memaparkan bahwa dalam upaya membina hubungan media, *public relations* melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media, yakni:

1. *Press Conference*

Pertemuan khusus dengan pihak media yang bersifat resmi atau sengaja diselenggarakan oleh *public relations* dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapi suatu perusahaan. Dalam hal ini, konferensi pers dibuat untuk menyampaikan informasi, berita publikasi dan promosi atau aktivitas *public relations* yang dianggap penting untuk diketahui secara luas oleh publik sasaran.

2. *Press Tour* (Perjalanan Media)

Kegiatan perjalanan yang diselenggarakan individu atau organisasi dengan mengundang para pekerja media untuk memperkenalkan sebuah produk atau tempat secara menyeluruh.

3. *Press Gathering*

Kegiatan ini pada dasarnya merupakan pertemuan informasi. Yang dilakukan adalah membangun hubungan satu sama lain agar lebih intensif dan personal. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengenal lebih jauh para pekerja media secara personal baik dalam pekerjaan maupun kehidupan pribadinya, untuk membangun hubungan interpersonal dan *human relations* yang lebih optimal dan mendukung kegiatan *media relations*.

4. Wawancara

Kegiatan yang pada dasarnya merupakan kegiatan pelayanan, dalam arti ide wawancara datang dari pihak media masa. Tak jarang pula individu atau organisasi yang meminta media masa untuk memberikan ruang untuk wawancara mengenai profil perusahaan dengan *product knowledge-nya*.

5. Menulis (*Press Release, Advertorial, dll*)

Interaksi dengan media bisa saja dilakukan dengan berupa tulisan yang merupakan hasil karya pihak perusahaan yang bersangkutan. Jadi pemberitaan yang akan dimuat dalam media masa bukan merupakan hasil karya pekerjaan media. Biasanya kegiatan ini dilakukan oleh para ahli pekerja humas organisasi tersebut. Dibentuk tulisan dapat berupa *press release, advertorial*, profil perusahaan, dan lain-lain.

6. *Special Event*

Individu atau organisasi menyelenggarakan suatu acara khusus yang membutuhkan peliputan media. Biasanya, penyelenggaraan tidak menyelenggarakan konferensi pers melainkan memberikan kesempatan kepada pers untuk datang dan terlibat langsung selama acara berlangsung. Terkadang juga ada kesempatan untuk melakukan wawancara eksklusif sebelum atau sesudah acara tersebut.

7. *Media Mapping* (Pemetaan media)

Pemetaan media diperlukan untuk mengetahui klasifikasi dan keunggulan masing-masing media, baik cetak maupun elektronik, dan lainnya. Pemetaan media sangatlah penting dilakukan agar individu organisasi tertentu dapat menentukan media massa mana yang layak untuk menyampaikan pesan atau membangun publisitas yang diinginkan.

8. Riset Media Massa

Ada berbagai prosedur dalam penelitian media massa menyangkut pemberitaan, konten, dll., antara lain dengan melakukan *deep interview*. Dalam hal ini, maka individu atau organisasi-lah yang melakukan 'wawancara' kepada pers untuk menggali informasi sesuai yang dibutuhkan.

Selama melakukan kerja magang di BiG TV penulis melakukan media relation *special event*. Penulis di ajak pergi ke Mall Lotte Avenue Kuningan tepatnya di ruangan *The Ice Place* untuk menghadiri event yang di buat oleh salah satu channel internasional yaitu *National Geographic Channel* (NGC), dalam eventnya NGC tidak hanya mengundang media dari BiG TV saja tapi dari media lain juga seperti *first media*, *Indovision* dan juga ada dari media cetak seperti majalah gadis.

Special Event ini bernama "Breakthrough" dan diselenggarakan untuk memperkenalkan film seri baru yang di buat oleh NGC yang akan tayang Desember mendatang. Para media di beri kesempatan untuk menonton salah satu dari 6 film seri tersebut agar penulis dan media lainnya bisa melakukan sounding untuk mendapatkan awareness dari masyarakat. Acara ini kurang lebih memakan waktu 4 jam dengan durasi filmnya 90 menit, rangkaian acaranya dari berkumpul bersama, berbincang-bincang sambil disuguhkan cemilan-cemilan untuk menghangatkan suasana antar media, selanjutnya perkenalan dari panitia-panitia NGC yang menyelenggarakan special event ini, kemudia dibuka sesi

tanya jawab terlebih dahulu, jika sudah baru diputarkan salah satu film seri tersebut. Inti dari film tersebut adalah bagaimana cara agar manusia tidak cepat menua. Dan rangkaian akhir acaranya adalah makan bersama.



Gambar 3.7

Foto Saat Menghadiri Event Breakthrough



3.4 Kendala dan Solusi dalam Proses Kerja Magang

Selama proses kerja magang Penulis mendapatkan beberapa kendala. Tetapi, Penulis tetap berupaya mengatasi kendala-kendala tersebut, kendala yang Penulis hadapi antara lain:

Masih minimnya komunikasi antara para divisi satu dengan divisi yang lain dan minimnya komunikasi antara penulis dengan mentor yang berada di tempat magang. Contohnya, mentor terlambat memberikan tugas yang harus dikerjakan sehingga penulis terkadang mengerjakan secara mendadak dan terburu-buru sehingga bisa terjadi kesalahan dalam melakukan tugas. Oleh karena itu solusi yang dilakukan adalah Penulis bersikap lebih aktif untuk menanyakan pekerjaan apa saja yang harus dikerjakan dan dicatat agar tidak lupa, serta di beri jam-jam nya kapan harus dikerjakan agar selesai tepat waktu. Penulis juga memperbanyak komunikasi dengan divisi lain agar membuka wawasan dan pengetahuan yang luas mengenai perusahaan BiG TV.

UMMN