



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

Penulis melaksanakan magang di PT. Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong (SMS). Selama tiga bulan penulis melaksanakan magang, penulis ditempatkan di divisi *Media Relations*. Selama melakukan praktek kerja magang, penulis di bawah pimpinan I Made Regi selaku *Asst. Manager Relations*. Sebagai pemegang di dalam departemen tersebut, penulis di bimbing oleh *PR Executive Media Relations* dan juga *Social Media Media Coordinator*. Namun pada posisi tersebut penulis terlibat langsung berhubungan dengan *jobdesk* utamanya, yaitu *monitoring* media, dan melakukan penghitungan *news value*.

Selama tiga bulan menjalani proses magang tersebut, penulis berkesempatan melakukan banyak pekerjaan yang berkaitan dengan pekerjaan PR di Summarecon Mal Serpong. Mulai dari *news monitoring* (melalui media cetak) setiap harinya, menghitung *news value*, *media relations*, *media visit*, *press gathering*, *social media marketing* (event fantasix), membuat *press release*, membuat rubrik majalah smsblast, dan *brainstorming* mengenai isi dari majalah smsblast.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Definis dari Sam Black dan Melvin L. Sharpe tentang *Media Relations* yaitu Hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio, dan televisi secara dua arah atau dua pihak. Berdasarkan definisi diatas, *Media Relations* adalah suatu aktivitas yang digunakan oleh *Public Relations* untuk mencapai publisitas akan produk atau jasa perusahaan kepada publik dan membentuk citra positif, melalui adanya kerjasama yang baik dengan media massa dan khususnya wartawan.

Pada pelaksanaan kerja magang di PT. Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong (SMS), tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan, *Asst. Manager Relations*, *PR Coordinator*, dan *Publication Officer* sangat bervariasi dan ditambah dengan pekerjaan

ringan lainnya, seperti melakukan fotocopy, meng-scan dokumen penting, kliping hasil monitoring dan lain-lain. Dalam melakukan tugas nya penulis juga tidak segan-segan untuk bertanya terkait dengan hal yang tidak ketahui, atau kurang dimengerti, hal ini agar menghindari kesalahan pada pekerjaan, dan juga memberikan kontribusi yang maksimal.

Berikut ini adalah pekerjaan yang telah dilakukan selama proses kerja magang yang berlangsung di PT. Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong (SMS).

Tabel 3.1 Tabel Pekerjaan *Media Handling* yang dilakukan mahasiswa magang

Media Handling

Minggu ke -	Jenis Pekerjaan	Pekerjaan yang dilakukan Mahasiswa
1	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i>
2	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i>
3	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : Mengikuti jalan nya <i>Photo Shoot</i> smsblast edisi 10/November 2013 dan membuat artikel <i>Fantasi</i> di

		<i>online media (Halloween, Beaujolais Nouveau, dan Oktoberfest)</i>
4	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : Membuat artikel <i>Halloween</i> dan membuat artikel majalah smsblast(<i>Movie dan Home</i>)
5	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : <i>Foto Copy Press Release Oktoberfest</i>
6	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan Nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : <i>Foto Copy Press Release Halloween</i>
7	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan asional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : Foto Copy dan <i>scan</i> surat

		ijin <i>shooting</i> di area SMS
8	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Membuat artikel <i>movie</i> untuk majalah smsblast • Lain-lain : <i>Foto Copy Press Release</i> untuk <i>event Beaujolais Nouveau</i> dan membantu proses <i>Photo Shoot</i> majalah smsblast
9	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : Mencari <i>review book store</i> dan <i>music</i> untuk majalah smsblast bulan Desember
10	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : <i>Foto Copy</i> dan <i>scan</i> surat ijin <i>shooting</i> program gila makan Trans

		7
11	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i>
12	<i>Media Monitoring & News Value</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>News Monitoring</i> media cetak lokal dan nasional • Kliping hasil berita • <i>Scan</i> hasil berita • Menghitung <i>news value</i> • Lain-lain : Membantu Proses <i>Photo Shoot</i> majalah smsblast bulan Januari

Tabel 3.2. Tabel Pekerjaan *Media Relations* yang dilakukan mahasiswa magang

Media Relations

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan	Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
3	<i>Media Gathering & Media Visit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mempersiapkan <i>Goody Bag</i> dan <i>Pres Release</i> untuk para wartawan • Melakukan konfirmasi ulang undangan <i>event Lion Dance</i> kepada media • <i>Media Registration</i> di Torkedora SMS
4	<i>Press Release & Media Visit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Press Release</i> tentang <i>event Halloween</i>

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Follow up</i> media • Mendampingi wartawan di SMS 1
5	<i>Press Release</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mempersiapkan <i>Press Release</i> untuk para wartawan • Membuat <i>Press Release</i> tentang <i>Oktoberfest</i>
6	<i>Media Visit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalam pembuatan surat kerja sama dengan pihak Trans TV • Membantu persiapan shooting program X-Factor
8	<i>Press Release</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Press Release</i> tentang event <i>Beaujolais Nouveau</i> • Mempersiapkan <i>Press Release</i> untuk para wartawan

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Media Monitoring*

Media monitoring adalah secara generik dapat diartikan sebagai pengawasan atau pemantauan. Tujuan aktivitas *monitoring* ini adalah untuk menemukan (*to detect*) dan mencegah (*to deter*). *Monitoring* dilakukan secara terus menerus dan merekam secara terstruktur.

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis antara lain seperti; *News Monitoring*, melakukan penghitungan *News Value*, membuat *Weekly Summary*, dan *Clipping* hasil berita. Fungsi *media monitoring* adalah mengemas ulang bacaan, yang dikliping dapat berupa artikel, berita atau foto. Dalam pembuatan *media monitoring* yang harus diperhatikan adalah apa tujuan pembuatan *media monitoring* tersebut. *Media monitoring* sebagai sumber informasi yang dijadikan alternatif pengganti buku untuk pengetahuan.

1. *News Monitoring*

News Monitoring dilakukan dengan cara membaca berita baik dari media cetak ataupun media online. Media cetak dibagi menjadi koran lokal dan koran nasional. Koran lokal seperti; Satelit News, Tangsel Pos, Radar Banten, Satelit News, Tangerang Express dan lain-lain. Sedangkan koran nasional seperti; Kompas, Kontan, Tempo, Seputar Indonesia, Jakarta Post, Media Indonesia, Bisnis Indonesia, dan lain-lain. Berita-berita media online pun dipantau dengan baik seperti, Tangerangnews.com, Tempo.com, Wartajakarta.com, Okezone.com, Suarapembaruan.com, Tribunnews.com dan lain-lain. Pemberitaan dibagi menjadi empat bagian, dibagi menjadi Summarecon Mal Serpong, Summarecon Mal Serpong's Competitor, Summarecon Serpong, dan Summarecon Serpong's Competitor. Setelah itu berita tersebut dicatat rubrik, sumber, koran nasional/lokal, hari & tanggal, halaman, subjek, *tone*, fc/bw, ukuran berita, harga iklan, bobot berita (%), *value*, *discount media* dan *value after discount*.

Tujuan melakukan *News Monitoring* untuk memantau seberapa banyak berita mengenai Summarecon Mal Serpong dan Summarecon Serpong serta para kompetitornya.

2. Penghitungan *News Value*

Dalam melakukan penghitungan *News Value*, sebelumnya penulis sudah menghitung hasil dari tinggi artikel, lalu dikalikan dengan seberapa banyak kolom, dan dikalikan lagi dengan sepuluh ($T \times \text{Kolom} \times 10$). Hasil yang didapat lalu di input ke dalam penghitungan nilai berita. Pertama penulis memasukan rubrik, media, koran lokal/nasional, hari & tanggal, halaman, judul berita, subjek, *tone*, fc/bw, ukuran berita, harga iklan, bobot berita (%), *value*, dan *value after discount*.

Tujuan *News Value* sendiri adalah agar dapat mengetahui seberapa banyak berita mengenai perusahaan yang diberitakan oleh media. Semakin banyak media yang memberitakan, maka nilai berita akan semakin tinggi.

3. *Weekly summary*

Pembuatan *weekly summary* dilakukan oleh penulis setiap hari nya dan dibuat ringkasan berita. Setiap hari senin, penulis mengirimkan hasil *weekly summary* kepada *Asst. Manager PR*, *Coordinator PR*, dan *Publications Officer*; dilengkapi dengan sumber media, judul, dan tanggal. Setelah itu dilaporkan dengan mengirim melalui email. *Weekly Summary* dikirim

setiap hari Senin, pukul 15.00.

4. *Clipping*

Clipping berita dilakukan setiap hari. Berita yang dikumpulkan mengenai Summarecon Mal Serpong, *Summarecon Mal Serpong's Competitor*, Summarecon Serpong, dan *Summarecon Serpong's Competitor*. Berita tersebut di gunting dan ditempel, serta diberi *caption* lengkap dengan tanggal, nama, media, halaman, dan nama pemberitaanya. Tujuan *clipping* ini agar mengetahui apa saja yang ditulis media mengenai SMS dan kegiatan apa saja yang sedang dijalankan kompetitornya.

5. Membuat artikel

Artikel yang dibuat biasanya akan ditampilkan di website Summarecon Mal Serpong ([www.malserpong](http://www.malserpong.com)) dan majalah *smsblast online* yang dapat di *download* di *website* SMS secara gratis. Artikel yang dibuat tentang *event* yang akan dilakukan SMS atau rubrik untuk majalah *smsblast* seperti, *Box Office, Music, Home, dan Book Store*.

6. Mendampingi media

Penulis mendampingi wartawan yang sedang melakukan pemotretan di dalam mal.

7. Mendampingi *shooting*

Mendampingi *shooting* untuk acara X-Factor yang berada di dalam kawasan mal.

8. *Follow Up* media

Penulis melakukan *follow up* media dengan cara menelepon para wartawan yang diundang pada *event* yang dilakukan Summarecon Mal Serpong dengan melihat *attendance list* yang ada.

9. Membantu proses *Photo Shoot* majalah *smsblast*

Penulis membantu berjalannya proses *Photo Shoot* dengan turut andil dalam proses pemilihan kostum untuk para model sampai menemani berjalannya pemotretan dari satu tenant ke *tenant* lainnya.

3.3.2 *Media Relations*

Rosady Ruslan (2006:169) mendefinisikan *Media Relations* sebagai " Suatu kegiatan khusus *Public Relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, produk, hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif.

1. *Media Visit*

Media Visit atau kunjungan pers yaitu wartawan sering kali diundang guna mengunjungi sebuah pabrik, menghadiri acara pembukaan kantor baru yang disusul dengan peninjauan bersama, acara yang diselenggarakan atau secara demonstrasi produk baru. (Franks Jefkins, 1996:119).

Penerapan *Media Relations* di Summarecon Mal Serpong sangatlah baik, ditunjukkan dengan bagaimana pihak mal "welcome" dengan sejumlah media. Seperti *Media Visit* yang sering dilakukan oleh penulis ketika melakukan kerja magang disana. Hal-hal yang diliput oleh media biasanya mengenai *event* yang diadakan oleh SMS itu sendiri. Seperti *event Fantasix*, dengan serangkaian tema Oktoberfest, Beaujolais Nouveau, Halloween dll. Pekerjaan ini, dilakukan dengan mendampingi wartawan yang melakukan peliputan seperti mem-foto, mewawancarai *Public Relations Staff* . Hal ini sangatlah berguna bagi Summarecon Mal Serpong sendiri, karena dengan banyaknya berita yang dipublikasikan baik cetak maupun *online* maka naiknya nilai berita, serta meningkatkan minat pengunjung untuk datang. Tidak itu saja berita yang positif juga akan memberikan pencitraan yang baik pula.

2. *Media Gathering*

Menurut Rosady Ruslan (2012:191) *Media Gathering* atau istilahnya *Press Receptions* adalah jamuan pers/wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal. Jamuan pers dihadiri untuk mengikat hubungan silaturahmi yang lebih erat dari kedua belah pihak.

Kegiatan *Media Gathering* juga sempat dilakukan saat praktek kerja magang di SMS. *Media Gathering* yang dilaksanakan pada *event Fantasix* seperti, Oktoberfest, Beaujolais Nouveau, Halloween. Pertama-tama penulis membantu menyusun daftar undangan media.

Media mana saja yang akan diundang, nama wartawan dan mengumpulkan kontak teleponnya. Lalu penulis membantu tim PR untuk mengkonfirmasi ulang dengan menelepon media yang akan diundang. Selanjutnya penulis mempersiapkan *Goody Bag*, dan kegiatan *Media Gathering*, dimana penulis juga mempersiapkan *Media Registration*, dan mengecek jumlah *Goody Bag* dengan jumlah media yang diundang.

3. *Press Release*

Siaran pers adalah kegiatan pembuatan atau penyebaran informasi seputar perusahaan, yang biasanya berupa lembaran dan dibagikan kepada media massa baik email ataupun dibagikan langsung kepada wartawannya (Yosal Iriantara, 2008:32).

Selama berjalanya kerja magang, *Press release* yang dibuat untuk menginformasikan mengenai sebuah *event* atau kegiatan yang akan berlangsung di Summarecon Mal Serpong kepada media. Pengiriman *press release* diberikan kepada media yang datang ke Summarecon Mal Serpong ataupun dikirimkan melalui *email* ke media tersebut.

U
M
M
N