



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

Selama tiga bulan, penulis berkedudukan di divisi Digital PR dan bertanggung jawab langsung kepada Associate Digital, Pigar Mahdar dengan melaporkan seluruh kegiatan atau pekerjaan yang telah dilaksanakan sesuai dengan arahan. Selain itu, oleh karena kedudukan *Intern* juga berada di bawah konsultan dan senior konsultan atau dapat dikatakan berada di bawah divisi pokok lain maka *intern* harus bertanggung jawab kepada divisi yang memberikan *jobdesk* secara langsung dan melaporkan secara langsung kepada pemberi pekerjaan apabila telah diselesaikan sesuai dengan arahan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis sebagai *intern* di Weber Shandwick Indonesia:

- a) *Media Relations*
- b) *Online Public Relations*
- c) *Research*
- d) *Internal Communication*
- e) *Customer Relationship Management (CRM)*

Adapun, keterangan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1
PEKERJAAN MAGANG PER MINGGU

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
I	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar 1stTier) ▪ Media Monitoring khusus WWF (setiap hari) terkait acara “Earth Hour 2014” dengan membuat <i>news tracker</i> dan <i>media coverage</i> ▪ Media Monitoring khusus Ichi Ocha dan industri makanan minuman Indofood (setiap Jum’at) terkait acara <i>Press Conference</i> peluncuran Ichi Ocha oleh Indofood Asahi dengan membuat <i>news tracker</i> dan menghitung PR Value. ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi
II	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar 1stTier) ▪ Media Monitoring khusus WWF (setiap hari) terkait acara “Earth Hour 2014” dengan membuat <i>news tracker</i> dan <i>media coverage</i> ▪ Media Monitoring khusus Ichi Ocha dan industri makanan minuman Indofood (setiap Jum’at) terkait acara <i>Press Conference</i> peluncuran Ichi Ocha oleh Indofood Asahi dengan membuat <i>news tracker</i> dan menghitung PR Value. ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi ▪ Membuat konten <i>Twitter</i> Weber Shandwick untuk sampai tanggal 11 Maret. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ <i>Research</i> untuk Fonterra Brands Indonesia menggunakan Mediaco.
III	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar 1stTier) ▪ Media Monitoring khusus WWF (setiap hari) terkait acara “Earth Hour 2014” dengan membuat <i>news tracker</i> dan <i>media coverage</i> ▪ Media Monitoring khusus Ichi Ocha dan industri makanan minuman Indofood (setiap Jum’at) terkait acara <i>Press Conference</i> peluncuran Ichi Ocha oleh Indofood Asahi dengan membuat <i>news</i>

	<p><i>tracker</i> dan menghitung PR Value.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ Membuat konten gambar untuk <i>Twitter Weber Shandwick</i> dengan menggunakan <i>Adobe Illustrator</i>. ▪ Membantu <i>Associate Digital</i> meng-edit presentasi ▪ <i>Sharing Time</i> dengan <i>Elle Magazine</i>
IV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar <i>1stTier</i>) ▪ Media Monitoring khusus <i>WWF</i> (setiap hari) terkait acara “<i>Earth Hour 2014</i>” dengan membuat <i>news tracker</i> dan <i>media coverage</i> ▪ Media Monitoring khusus <i>Ichi Ocha</i> dan industri makanan minuman <i>Indofood</i> (setiap Jum’at) terkait acara <i>Press Conference</i> peluncuran <i>Ichi Och</i> oleh <i>Indofood Asahi</i> dengan membuat <i>news tracker</i> dan menghitung PR Value. ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ Melanjutkan membuat konten gambar dengan menggunakan <i>Adobe Illustrator</i> ▪ Membantu <i>follow up</i> media untuk event <i>Singapore Airlines</i>.
V	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar <i>1stTier</i>) ▪ Media Monitoring khusus <i>WWF</i> (setiap hari) terkait acara “<i>Earth Hour 2014</i>” dengan membuat <i>news tracker</i> dan <i>media coverage</i> ▪ Media Monitoring khusus <i>Ichi Ocha</i> dan industri makanan minuman <i>Indofood</i> (setiap Jum’at) terkait acara <i>Press Conference</i> peluncuran <i>Ichi Och</i> oleh <i>Indofood Asahi</i> dengan membuat <i>news tracker</i> dan menghitung PR Value. ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat/menyusun konten <i>Twitter Weber Shandwick</i>. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ Menelpn member-member <i>Annum Essentials</i> untuk keperluan survey dan <i>training</i> member

	<p>dalam rangka peluncuran kampanye sadar gula.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membuat database daftar lembaga-lembaga / asosiasi-asosiasi di Indonesia ▪ Membantu <i>follow up</i> media untuk event Panasonic
VI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar <i>1stTier</i>) ▪ Media Monitoring khusus WWF (setiap hari) terkait acara “Earth Hour 2014” dengan membuat <i>news tracker</i> dan <i>media coverage</i> ▪ Media Monitoring khusus Ichi Ocha dan industri makanan minuman Indofood (setiap Jum’at) terkait acara <i>Press Conference</i> peluncuran Ichi Och oleh Indofood Asahi dengan membuat <i>news tracker</i> dan menghitung PR Value. ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ Membuat konten gambar <i>Twitter</i> WS menggunakan Adobe Illustrator ▪ Menyiapkan media kit untuk acara Ocean Park ▪ Menelepon media menanyakan <i>rate card</i> iklan
VII	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar <i>1stTier</i>) ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ Membantu mengkompilasi file Kompetisi Karya Jurnalis Ichi Ocha ▪ Menelepon member-member Annum Essentials dalam rangka survey peluncuran gerakan sadar gula
VIII	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar <i>1stTier</i>) ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ Menelepon member-member Annum Essentials dalam rangka survey peluncuran gerakan sadar gula
IX	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien

	<p>(mencari berita terkait klien pada surat kabar 1stTier)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat konten <i>Twitter</i> untuk dua minggu terakhir di bulan Juni. ▪ Mencari data dan keterangan mengenai Media Monitoring dari berbagai sumber yang nantinya akan dijadikan tema konten <i>Twitter</i> bulan Juli. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ <i>Update</i> media database ▪ Rekap hasil survey Annum Essentials. ▪ <i>Research</i> dan Analisis menggunakan <i>Mediaco</i> mengenai <i>Tourism New Zealand</i>
X	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar 1stTier) ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Melengkapi konten <i>Twitter</i> sampai 29 Juni 2014. ▪ Mencari data dan keterangan mengenai Media Monitoring dari berbagai sumber yang nantinya akan dijadikan tema konten <i>Twitter</i> bulan Juli. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ <i>Update</i> Media database ▪ <i>Research</i> kegiatan CSR Ramadhan perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk klien Bayer.
XI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar 1stTier) ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Mencari data dan keterangan mengenai Media Monitoring dari berbagai sumber yang nantinya akan dijadikan tema konten <i>Twitter</i> bulan Juli. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ Melanjutkan <i>research</i> CSR untuk Bayer ▪ <i>Research</i> BMW mengenai <i>Key Message</i> BMW pada artikel-artikel majalah otomotif untuk keperluan pelengkap data <i>pitching</i> ▪ <i>Research</i> komunitas-komunitas hobi untuk <i>Bengga App</i> ▪ Translate <i>Infographic</i> mengenai studi <i>Weber</i>

	Shandwick terbaru.
XII	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring untuk keseluruhan klien (mencari berita terkait klien pada surat kabar 1stTier) ▪ Media Monitoring <i>Employee Rising Activism</i> (melihat publikasi studi yang telah dilakukan) ▪ <i>Update</i> konten <i>Twitter</i> setiap hari dan setiap pagi. ▪ Membuat <i>Weekly Indonesia News Brief</i> ▪ <i>Research buzzer</i> untuk kegiatan MasterCard ▪ Membantu menelepon (selaku Double Helix Consulting) departemen-departemen kesehatan perihal pengiriman surat permohonan wawancara dengan topik Pandemic Influenza di Indonesia. ▪ Membantu <i>follow up</i> media untuk acara Panasonic. ▪ Membuat konten gambar untuk <i>Twitter</i> Weber Shandwick dengan tema media monitoring. ▪ Brainstorming untuk pitching Boltz ▪ Translate artikel studi terbaru Weber Shandwick ke dalam bahasa Indonesia ▪ Translate press release ke bahasa Indonesia untuk media-media yang ditargetkan sebagai media publikasi studi terbaru Weber Shandwick (<i>Rising CCO V</i>)
XIII	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media Monitoring ▪ Buffer <i>Twitter</i> ▪ Mentranskrip video ▪ Research dan analisis social media NetApp

Semua yang dikerjakan oleh penulis di atas dilaksanakan mulai dari tanggal 8 April 2014 hingga 4 Juli 2014 sesuai dengan yang telah wajib ditugaskan.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan tugas dan jenis pekerjaan yang dilakukan, berikut ialah uraian bagaimana realisasi pekerjaan yang dilaksanakan sesuai dengan konsep-konsep yang diajarkan di perkuliahan.

a) *Media Relations*

Kegiatan *media relations* merupakan kegiatan utama penulis karena selama melakukan kerja magang penulis setiap hari melaksanakan

kegiatan tersebut, mulai dari *media monitoring*, *media coverage*, *follow up*, dan menyiapkan media kit.

Media monitoring merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh setiap *intern* di Weber Shandwick Indonesia. Menurut CyberAlert (perusaha penyedia jasa *media monitoring*), *Media Monitoring* ialah proses membaca, melihat atau mendengar konten editorial media, kemudian mengidentifikasi, menyimpan, dan menganalisis konten yang berkaitan dengan kata kunci dan topik (CyberAlert, Inc., 2010:3).

Jenis *monitoring* yang dilakukan oleh Weber Shandwick ialah *news monitor* yang bersumber dari koran dan media *online*. Terdapat dua jenis koran yang harus dimonitor oleh semua *intern*, yaitu koran *First-tier* dan *Second-tier*. Pada kesempatan magang ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk memonitor koran *First-tier* yang terdiri dari Bisnis Indonesia, Investor Daily, Kontan, Indonesia Finance Today, The Jakarta Post, Jakarta Globe, dan Kompas. Topik atau kata kunci yang dicari semuanya disesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh klien. Klien tersebut ialah Temasek, AXA, MasterCard, Cisco, Facebook, Spotify, Singapore Airlines, NetApp, Nokia, Panasonic, General Motor, Citibank, BMW, Ichi Ocha dan WWF (khusus acara Earth Hour 2014).

Untuk pekerjaan per-intern, penulis bertanggung jawab melanjutkan *media coverage* untuk acara Earth Hour 2014, *launch* Ichi Ocha dan Spotify. Monitor dilakukan menggunakan media cetak dan juga media online dengan kata kunci yang terkait klien tersebut. Penulis juga diberi tugas oleh tim pemasaran untuk memonitor media online Indonesia mana yang memuat studi Weber Shandwick mengenai *Employee Rising Activism* yang dikeluarkan oleh Weber Shandwick pusat pada tanggal 2 April 2014.

Tugas yang telah dijabarkan di atas merupakan tugas yang harus dilanjutkan oleh penulis setelah menggantikan intern terdahulu. Pada pertengahan bulan Mei, penulis diberikan tugas sebagai pengganti sementara intern pemegang klien Cisco dengan memonitor berita seputar

Cisco. Selain itu, penulis juga beberapa kali mengerjakan *media monitoring summary* untuk Singapore Airlines.

Segala kegiatan *media monitoring* di atas mewajibkan penulis untuk membuat ringkasan berita sesuai dengan *template* yang ada. Ringkasan berita dibuat agar memudahkan para klien memahami berita yang sedang beredar, sehingga klien tidak perlu membaca artikel berita satu per satu, melainkan langsung pada inti berita. Setiap klien memiliki tenggang waktu pengiriman yang berbeda-beda. Tenggang waktu pengiriman *media monitoring* WWF ialah sebelum pukul 12.00 WIB, Cisco dan Singapore Airlines sebelum pukul 11.00 WIB, dan untuk Ichi Ocha hanya mengirimkan laporan pada hari Jum'at. Berbeda lagi dengan Spotify karena penulis hanya merangkum berita terkait klien ini apabila diminta oleh Associate. Dalam arti, bahwa Associate yang memilih berita mana yang harus dirangkum untuk kemudian dikirim kepada klien. Kegiatan monitor yang berbeda diterapkan juga pada *Employee Rising Acivism*, karena penulis tidak perlu membuat ringkasan berita, melainkan hanya mengirimkan link ke Mas Lukky sebagai divisi pemasaran Weber Shandwick.

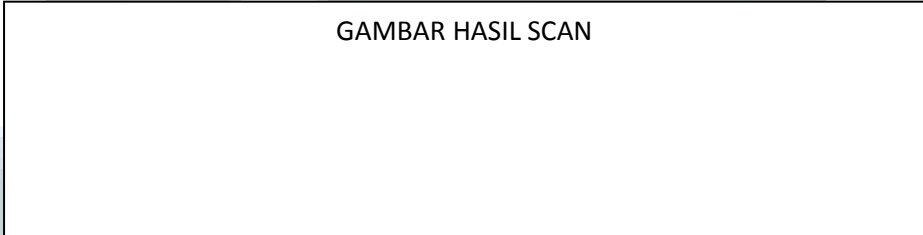
Berikut adalah contoh *template* yang digunakan untuk meringkas berita sebagai bentuk laporan kepada klien:

Tabel 3.2
 CONTOH NEWS TRACKER EARTH HOUR SWITCHED OFF CEREMONY
 MARCH 29, 2014

No.	Media	Indonesian Title	English Title	Summary

Tabel 3.3
 CONTOH MEDIA COVERAGE EARTH HOUR DAN MEDIA MONITORING SPOTIFY

Title	
Media	
Date	
Page/Links	
Summary	



Selain kegiatan di atas, penulis juga melakukan kegiatan yang berhubungan dengan para jurnalis atau kantor berita, diantaranya ialah:

- *Follow Up* media
 Kegiatan *follow up* yang pernah penulis lakukan ialah membantu *follow up* media untuk acara Singapore Airlines, Panasonic, dan Nokia.
- Menyiapkan media kit
 Penulis membantu Associate menyiapkan media kit untuk acara *Ocean Park* Hongkong. Media kit tersebut terdiri dari *press release* bahasa Indonesia, *press release* bahasa Inggris, dan profil para eksekutif *Ocean Park* Hongkong

Berdasarkan buku *Reputation Management* (Doorly & Garcia, 2007) *Media Relations* terdiri dari seluruh cara sebuah organisasi berinteraksi dengan berita media termasuk kemampuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan reporter, proses dalam mencari *media coverage* dan merespon permintaan reporter untuk wawancara atau mendapatkan informasi. Dalam hal ini, yang bertugas untuk membangun

hubungan baik dengan media ialah para konsultan dan associate. Sedangkan intern hanya bekerja membantu intern yang lain dalam melaksanakan *follow up* media dan menyiapkan media kit.

b) *Online Public Relations*

Online Public Relations merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Associate Digital dan intern yang langsung berada di bawahnya di kantor Weber Shandwick. Pekerjaan yang dilakukan oleh intern Digital-PR dalam konteks *online Public Relations* diantaranya ialah merencanakan, membuat, dan mengaplikasikan konten-konten pada media sosial Twitter milik Weber Shandwick.

Tahap perencanaan dilakukan untuk merencanakan tema konten apa yang akan diusung pada media sosial milik Weber Shandwick. Biasanya perencanaan ini dilakukan satu bulan sebelum pelaksanaan kegiatan. Di sini dibicarakan dan dibahas mengenai tema apa yang digunakan, setelah itu intern mencari sumber data online, offline, maupun melalui wawancara sesuai dengan tema yang telah diputuskan.

Setelah data-data yang mendukung tema telah didapatkan, intern mulai bekerja untuk membuat kalimat yang tidak lebih dari 140 kata untuk diunggah ke Twitter Weber Shandwick sesuai dengan hari yang telah ditetapkan. Biasanya intern dan Associate membuat konten langsung untuk dua minggu ke depan. Konten dibuat dalam bahasa Inggris. Tetapi apabila Associate merasa bahwa Bahasa Indonesia perlu digunakan, maka intern akan menerjemahkan konten-konten Twitter ke dalam bahasa yang diinginkan.

Weber Shandwick selalu mengoptimalkan publikasi konten Twitter yang memiliki peluang untuk disukai oleh public dengan menggunakan *hashtag* #WSTL yang berarti Weber Shandwick Thought Leadership, #WSTips yang berarti Weber Shandwick Tips, dan *hashtag* lainnya sesuai

dengan tema hari itu. Weber Shadwick selalu menekankan bahwa konten itu penting.

Selain konten dalam bentuk tulisan, intern ditugaskan juga untuk membuat konten dalam bentuk gambar. Ini ditujukan agar para pengguna media sosial tidak merasa bosan dalam melihat Twitter Weber Shandwick. Konten dalam bentuk gambar dibuat dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator.

Tahap pengaplikasian konten dilakukan dengan menggunakan aplikasi dengan nama Bufferapp.com. Aplikasi ini digunakan untuk mengunggah konten-konten Twitter dalam satu hari dari pagi hingga malam. Jadi penulis hanya perlu menggunakan aplikasi ini sekali dalam sehari yaitu memasukkan konten-konten pada pagi hari.

Selain rutin memperbaharui konten Twitter, intern juga melaksanakan kegiatan perencanaan media sosial untuk membantu klien dalam mencapai tujuannya. Biasanya yang sering dilakukan oleh Weber Shandwick ialah mencari *platform* mana yang cocok untuk membantu klien dalam menjalankan misinya. Seperti contoh, dalam membuat proposal keperluan *pitching* biasanya Associate mencari komunitas atau tokoh siapa saja yang nantinya memiliki pengaruh besar untuk masyarakat sehingga antara klien dan komunitas atau tokoh tersebut dapat berkolaborasi menciptakan strategy sosial media sehingga memunculkan peluang untuk menarik banyak masyarakat.

Kegiatan lain yang berhubungan dengan konten ialah membuat rencana konten untuk *Facebook* dan *Twitter* POND'S. Konten yang dibuat berdasarkan hashtag yang telah diberikan oleh Associate yaitu #IndonesianBeauty, #25years, dan #JernihPutihMerona masing-masing tiga rencana konten untuk masing-masing hashtag dan masing-masing media sosial.

Online PR merupakan konten yang dihasilkan organisasi didistribusikan ke berbagai macam media *web marketing* untuk

menghasilkan *buzz*, yang dapat mendorong kredibilitas, visibilitas, dan *sellability* (Thomas, 2011:193). Berdasarkan penjelasan di atas, Weber Shandwick melaksanakan Online PR dimana organisasi dalam hal ini ialah Weber Shandwick membuat konten yang didistribusikan ke dalam media sosial untuk menambah kredibilitas, visibilitas, dan kemampuan suatu produk atau jasa untuk mampu dibeli. Konten yang diunggah ke media sosial muncul juga pada halaman website Weber Shandwick. Sama halnya dengan yang dilakukan untuk klien. Pembuatan konten dan mencari figur berpengaruh untuk menciptakan *awareness* pada media sosial merupakan strategi untuk mendorongnya kredibilitas, visibilitas.

c) *Desk Research*

Desk Research merupakan salah satu pekerjaan yang dilakukan oleh intern selama bekerja di Weber Shandwick. Biasanya *desk research* dilakukan untuk membantu Associate atau konsultan dalam memenuhi informasi atau data yang berkaitan dengan klien yang akan di-*pitching* nantinya. Selama bekerja magang, *desk research* yang dilakukan oleh penulis terdiri dari:

- Fonterra Brands Indonesia

Fonterra Brands Indonesia merupakan cabang perusahaan susu yang berasal dari New Zealand yaitu Fonterra. Penulisan ini dilakukan untuk mencari informasi seputar perusahaan Fonterra di Indonesia. Laporan hasil pencarian informasi dibuat dalam bentuk template *Mediaco*. *Mediaco* merupakan unit pembuatan dan distribusi konten yang dibuat seperti *brand publishing*. Terdapat empat poin penting dalam *research* yang menggunakan *mediaco* ini, yaitu *Audit Company News*, *Audit media sosial*, *Audit kualitas konten*, dan *Audit Executives Visibilty*.

- Database lembaga-lembaga /asosiasi yang ada di Indonesia

Melakukan *research* untuk membantu *Account* Manajer dalam mencari alamat, nomor telepon, nomor fax, dan alamat e-mail sesuai

dengan daftar-daftar lembaga/asosiasi yang berada di Indonesia yang telah ditentukan oleh *Account* Manajer.

- Tourism New Zealand

Membantu Associate untuk melakukan *research* mengenai Tourism New Zealand untuk keperluan *pitching*. Laporan yang diberikan kepada Associate diberikan dalam bentuk *Mediaco*. Dalam hal ini, penulis melakukan *research* untuk audit berita mengenai Tourism New Zealand dan audit kenampakan para eskektif pada media sosial maupun website.

- Bayer

Penulis membantu Associate untuk mencari kegiatan-kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Ramadhan yang dilakukan oleh berbagai perusahaan yang ada di Indonesia guna membantu klien Bayer karena pada waktu itu, Bayer ingin melakukan CSR.

- Bengga App

Bengga App adalah salah satu klien Weber Shandwick di bidang aplikasi media sosial. Penulis membantu Associate untuk mencari komunitas hobi yang cocok untuk Bengga App.

- BMW

Penulis diminta untuk membantu konsultan dalam mencari *key message* BMW yang ada di berbagai majalah otomotif. Hasil dari pencarian ini membantu konsultan dalam *pitching* BMW.

- NetApp

NetApp adalah klien Weber Shandwick dibidang teknologi. Dalam kegiatan *desk research*, penulis diminta untuk mencari nama semua akun yang dimiliki NetApp di Twitter, Facebook, YouTube, dan LinkedIn. Kemudian, penulis menganalisis akun-akun media social tersebut untuk memenuhi keperluan Associate Digital dalam mengembangkan NetApp di Indonesia.

- MasterCard

Melakukan pencarian informasi mengenai buzzer *Travel, Leisure, Hotel, dan Hobby* yang sudah ditetapkan oleh Associate untuk melengkapi proposal acara klien MasterCard #SpotTheDot

Research merupakan dasar dari kampanye Public Relations dan *Marketing Communication* yang efektif. Taktik komunikasi bisa saja efektif, tetapi apabila tidak melakukan *research* maka taktik tersebut akan menjadi tidak efektif (Smith, 2002). Hal ini lah yang dilakukan oleh Weber Shandwick untuk membuat segala rencana berjalan efektif. *Research* digunakan sebagai bekal untuk membuat proposal *pitching*, proposal acara, dan lain-lain sehingga pada saat klien menayakan hal-hal yang berada pada proposal tersebut, konsultan dapat menjawab dengan jelas atas dasar fakta yang ada.

Terdapat beberapa keuntungan dari *research* yaitu mengembangkan program komunikasi, membantu top manajer untuk selalu terhubung dengan stakeholder, *research* dapat menjadi panduan dalam menyusun strategi, dapat mencegah efek-efek yang tidak diinginkan, dan dapat memberikan fakta secara objektif (Austin & Plinketon, 2008). Berdasarkan hal tersebut, Weber Shandwick selalu melakukan *research* sebagai panduan mereka dalam menyusun strategi.

d) *Internal Communication*

Selama melakukan kerja magang di Weber Shandwick, penulis membantu melaksanakan komunikasi internal Weber Shandwick. Beberapa hal yang dilakukan ialah:

- Membuat *Weekly Indonesia News Brief*

Weekly Indonesia News Brief merupakan pekerjaan mingguan yang dilakukan oleh penulis dengan mencari artikel atau berita yang ditulis dalam bahasa Inggris mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dunia Public Relations, komunikasi digital, *e-commerce*, *e-money* di

Indonesia. Dalam seminggu, minimal tiga buah berita yang harus di dapatkan, kemudian di ringkas lalu dikirim ke Associate yang nantinya akan di sebar ke seluruh e-mail staff Weber Shandwick.

- Menggunakan intranet

Kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan pekerjaan dilakukan Weber Shandwick dengan menggunakan intranet. Penulis selama kerja magang di Weber Shandwick mendapatkan satu buah unit *personal computer* yang dipakai khusus untuk bekerja dan mendapatkan e-mail kerja yang digunakan untuk berkirim pesan dengan para staff.

- *Outing*

Outing merupakan kegiatan Weber Shandwick yang dilakukan setiap tahun. Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat rasa kekeluargaan antara satu dengan yang lain. Melalui kegiatan ini juga, para staff diberikan waktu untuk beristirahat sejenak dari kegiatan kantor dan mengenal lebih dalam rekan kerja mereka. Pada tahun ini, *outing* dilaksanakan di Michael Resort Bogor dengan melakukan berbagai macam kegiatan seperti *outbond*, *tracking*, dan makan bersama.

Komunikasi internal yang strategis sebagai bagian dari strategi Public Relations merupakan proses operasional yang dinamis yang berhubungan dengan perencanaan bisnis melalui beberapa aktivitas professional seperti memperkuat identitas dan reputasi korporasi dengan menyediakan informasi internal dan eksternal (Oliver, 2010:93).

Berdasarkan keterangan di atas, Weber Shandwick telah melakukan komunikasi internal sebagai bagian dari strategi Public Relations perusahaan konsultansi. Untuk meningkatkan identitas dan reputasinya Weber Shandwick menerapkan *Weekly Indonesia News Brief* yang terdiri dari berbagai macam informasi yang berkaitan dengan Weber Shandwick seperti dunia Public Relations, dunia digital *communication*, dan masih banyak lagi yang nantinya dikirim melalui intranet kepada seluruh staff Weber Shandwick. Selain itu, intranet digunakan oleh staff di

perusahaan sebagai media penyampaian informasi baik ke sesama rekan kerja maupun ke atasan dan berfungsi sebagai media penyampaian berita yang berasal dari perusahaan induk, InterPublic Group. Dengan demikian semua staff mendapatkan informasi secara langsung baik yang berasal dari luar maupun dalam perusahaan.

e) *Customer Relationship Management (CRM)*

Survei para member Annum Essentials melalui telepon merupakan salah satu pekerjaan yang dilakukan oleh penulis untuk mencari empat puluh Bunda yang bersedia mengikuti *training* yang diadakan oleh Annum dalam rangka kampanye gerakan sadar gula. Survei dilakukan selama satu bulan untuk benar-benar menemukan Bunda yang sesuai criteria Annum. Setelah empat puluh orang Bunda terkumpul, penulis membuat laporan dalam bentuk tabel yang disusun sesuai pertanyaan pada panduan survey kampanye gerakan sadar gula.

CRM adalah pendekatan strategis yang didesain untuk meningkatkan nilai pemegang saham melalui pengembangan hubungan dengan pelanggan dan segmen pelanggan secara tepat (Customer Relationship Management, 2003).

Berdasarkan keterangan tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan survei ini dilakukan untuk mencari empat puluh member terpilih yang akan mengikuti *training* guna meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Annum.

Selain pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan di atas, penulis juga melakukan pekerjaan administratif seperti mencari informasi *advertising rate card* media-media tertentu, memperbaharui media database Weber Shandwick, menerjemahkan *press release*, menerjemahkan *artikel studi*, ikut serta dalam *brainstorming* konten untuk *pitching* Boltz, membantu sesama intern menelepon lembaga-lembaga kesehatan atas nama Double Helix Consulting mengenai permohonan wawancara dengan topik

Pandemic Influenza di Indonesia. Penulis juga selalu mendapat giliran piket rutin atau merapihkan perpustakaan Weber Shandwick.

3.4 Kendala-kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan kerja magang, tentu saja penulis menemukan berbagai kendala dalam bekerja di Weber Shandwick Indonesia. Pada awalnya kendala tersebut sedikit membuat penulis merasa bingung sehingga harus mencari jalan keluar agar dapat bekerja lebih maksimal. Kendala-kendala tersebut yaitu:

- Pada saat melakukan *media monitoring* di pagi hari, para intern ditugaskan untuk meng-*copy* artikel pada koran-koran yang berkaitan dengan klien. Jumlah mesin fotokopi yang ada tidak sebanding dengan jumlah intern dan jumlah artikel yang harus diperbanyak. Hanya terdapat dua mesin fotokopi untuk sembilan intern. Penulis yang memegang koran *first-tier* merasa pekerjaan memperbanyak artikel menjadi terhambat karena harus bergantian memperbanyak dengan intern lain. Sedangkan untuk koran-koran *First-tier* yang berjumlah tujuh koran pada hari biasa selain Senin dan enam belas koran pada hari Senin, sangat merasa terhambat apabila hanya menggunakan dua mesin fotokopi mengingat jumlah artikel yang terlampaui banyak dan *deadline* pagi hari.
- Penulis seringkali merasa kebingungan untuk membuat perencanaan konten Twitter Weber Shandwick. Hal ini disebabkan karena Associate Digital meminta untuk selalu memasukan link artikel yang ada di website Weber Shandwick sedangkan divisi yang mengurus website jarang menambah artikel-artikel baru.
- Seringkali pekerjaan datang di saat jam kerja sudah hampir habis yang menyebabkan penulis pulang di luar jam yang sudah ditentukan dan tentunya menurunkan sedikit daya berpikir karena telah bekerja lebih dari sembilan jam.
- Jumlah telepon yang ada di Weber Shandwick hanya dua yang dapat digunakan oleh intern. Satu telepon khusus untuk daerah Jakarta dan

sekitarnya dan satu telepon untuk luar kota dan ponsel. Jumlah yang terbatas tersebut menjadi kendala intern ketika mendapat pekerjaan yang berhubungan dengan telepon. Hal tersebut dikarenakan tidak hanya satu orang saja yang membutuhkan telepon untuk digunakan menelepon ke luar kota atau ponsel apalagi intern memiliki *deadline* laporan yang harus disampaikan ke atasan.

Dalam hal ini penulis merasakan kendala yang besar pada saat harus melakukan survei kepada pelanggan Anmum Essentials. Waktu yang ada terpakai hanya untuk bergantian menggunakan telepon.

- Pekerjaan yang seringkali datang berkali-kali membuat intern bingung memprioritaskan pekerjaan mana dahulu yang harus diselesaikan.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Terkait atas kendala yang dijelaskan penulis di atas, berikut ialah solusi-solusi yang ditemukan oleh penulis guna mengatasi kendala yang ada. Solusi tersebut terdiri dari:

- Penulis menggunakan mesin fotokopi yang ada di kantor McCann. Oleh karena Weber Shandwick dan McCann merupakan perusahaan yang berada di bawah Interpublic Group of Companies, maka meminjam mesin fotokopi tersebut tidak menjadi masalah. Pekerjaan *media monitoring* dalam memperbanyak artikel menjadi lebih cepat diselesaikan.
- Berkaitan dengan Twitter Weber Shandwick, penulis memasukan artikel-artikel yang berasal dari website lain dengan tetap mencantumkan sumbernya dan memasukan konten-konten yang dahulu pernah dipublikasikan kembali. Setelah dua bulan bekerja magang di sana, Associate memiliki ide membuat tema untuk konten Twitter per bulannya. Hal tersebut memudahkan penulis untuk membuat konten karena materi konten harus disusun tiga minggu sebelum *deadline* konten diunggah.

- Berkaitan dengan pekerjaan yang seringkali datang tiba-tiba, penulis berusaha untuk menyelesaikan sebagian besar pekerjaan di kantor pada hari itu dan apabila *deadline* pekerjaan bukan sore itu maka penulis melanjutkan keesokan harinya. Apabila *deadline* pekerjaan harus hari itu, maka penulis meminta intern lain untuk membantu.
- Berkaitan dengan jumlah telepon yang terbatas, penulis mengambil solusi dengan cara meminjam telepon milik GolinJKT yang dapat digunakan untuk menelepon ponsel dan meminta bantuan intern yang sedang menggunakan telepon Weber Shandwick untuk ikut serta menelepon member Annum.
- Solusi untuk pekerjaan yang sering datang berkali-kali ialah dengan meminta bantuan dari intern lain yang sudah tidak banyak pekerjaan untuk ikut serta menyelesaikan pekerjaan yang datang dari konsultan maupun Associate. Para intern Weber Shandwick kesehariannya memang selalu saling membantu dan saling *banckup* pekerjaan.

UMMN