



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

Kedudukan penulis selama melakukan kerja magang di AsiaPR adalah sebagai *intern*, tujuan utamanya adalah melakukan praktik terhadap kemampuan dan pengetahuan penulis yang selama ini telah dipelajari selama enam semester di Universitas Multimedia Nusantara. Pada saat melakukan kerja magang, para *intern* memiliki tugas utama untuk membantu para *researcher*, *senior consultant*, dan *associate consultant*, dalam melakukan tugasnya masing-masing, terkadang tugas yang dilakukan setiap *intern* bisa sama, namun bisa juga berbeda sesuai dengan situasi.

Dalam menangani klien, terkadang pelaksanaannya dilakukan antar bagian dan divisi sesuai dengan kebutuhan, jika memang dibutuhkan tenaga tambahan dari divisi dan jabatan lain, bisa saja jabatan dan divisi tersebut tidak terlalu dihiraukan. Selama melakukan magang kerja, penulis berkesempatan membantu AsiaPR dalam menangani berbagai klien seperti Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K), AEON Mall (BSD), Tropicana Slim, Klik Hati by Merck, dan juga Toyota. Secara keseluruhan, tugas utama penulis selama melakukan kerja magang adalah melakukan *media monitoring* terhadap TNP2K, konsultan yang terkait langsung dalam memberikan tugas bagi penulis

adalah Ariza Dwi Arlinda, yaitu konsultan di divisi *research* dan *media monitoring*.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tabel yang berisi daftar pekerjaan yang penulis lakukan selama periode magang, beserta keterangan bulan dan waktu :

Tabel 3.1

Klasifikasi Pekerjaan Per Minggu

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan
Juli	
I	Media monitoring TNP2K, Research tentang Hari Bakti PU, Hari Tata Ruang, dan KSN Expo and Award.
II	Media monitoring TNP2K, Online research tentang AEON Mall, brainstorming dengan intern lainnya membuat program untuk pitching Garnier
III	Media monitoring TNP2K, Notulen pitching Sun Life Financial
IV	Media monitoring TNP2K

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan
------------	--------------------------

Agustus	
I	Media monitoring TNP2K , Menemani konsultan mengambil data di Kementerian Pekerjaan Umum
II	Media monitoring TNP2K , Transkrip FGD Cipta Kaya
III	Media monitoring TNP2K , Analisis program Klik Hati by Merck
IV	Media monitoring TNP2K, Transkrip SmartBranding @SmartFM by Silih Agung Wasesa, membuat artikel untuk Pride.co.id

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan
September	
I	Media monitoring TNP2K, membuat artikel untuk Pride.co.id, membuat database media cetak (Koran dan majalah)
II	Media monitoring TNP2K , membuat artikel untuk Pride.co.id, media monitoring Toyota Astra Motor-IIMS 2014
III	Media monitoring TNP2K , Riset online tentang <i>online asset</i> Tropicana Slim, media monitoring Toyota Astra Motor-IIMS 2014, membantu <i>media relations</i> Toyota di IIMS 2014

IV	Media monitoring TNP2K , Transkrip SmartBranding @SmartFM by Silih Agung Wasesa, media monitoring Toyota Astra Motor-IIMS 2014
----	--

Tabel 3.2

Tabel Tugas Penulis Selama Magang untuk Klien AsiaPR

No	Klien	Daily Media Monitoring (cetak dan online)	News Trading	Weekly Report	Online Research	Event
1	TNP2K	✓	✓	✓	✓	
2	AEON Mall				✓	
3	Klik Hati by MERCK				✓	
4	Oryza Grace				✓	
5	Toyota	✓			✓	✓

3.3 Uraian

Oliver (2007:4), memberikan pengertian bahwa *Public Relations* (PR) adalah manajemen reputasi organisasi. PR mengidentifikasi persepsi yang dipegang oleh organisasi dan memberi informasi mengenai kinerja organisasi kepada semua audiens yang relevan. PR menyangkut pengembangan reputasi yang pantas untuk

sebuah organisasi yang didasarkan pada kinerja. Reputasi ini tidak harus baik, tetapi hanya yang pantas diperoleh organisasi ini.

Sedangkan J.C Seidel, dalam Ardianto (2011:10), mengatakan bahwa PR merupakan proses kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (itikad baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas.

Pengertian dari Oliver dan J.C Seidel tersebut, memberikan penekanan bahwa PR merupakan sebuah fungsi manajemen reputasi, dimana berarti setiap pelaksanaan program PR haruslah terencana, terukur, dan juga memiliki objektif yang jelas, yaitu untuk memperoleh itikad baik dari pelanggan, pegawai, dan publik. Penekanan reputasi juga dapat diartikan bahwa reputasi dianggap sebagai salah satu aset yang tak berwujud bagi perusahaan.

Harrison (2008:2) menjabarkan cakupan peran PR sebagai sebuah fungsi manajemen, yaitu :

1. Antisipasi, analisis, dan interpretasi opini publik, perilaku, dan isu yang mungkin dapat memengaruhi operasi dan rencana dari organisasi
2. Manajemen konsultasi bagi semua tingkat dalam organisasi mengenai kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan, pembelajaran dari langkah-langkah yang diambil perusahaan, dan komunikasi, masuk kedalam ranah-
ranah dari berbagai macam publik dan tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan.

3. Riset, pelaksanaan, dan evaluasi, yang berbasis pada kontinuitas, program yang dapat diimplementasikan, dan juga komunikasi yang bertujuan untuk mencapai saling pengertian diantara publik dan organisasi, dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Dari penjabaran Harrison tersebut, penulis memahami bahwa divisi *research* dan *media monitoring* sejalan dengan ketiga fungsi tersebut. PR sendiri salah satunya bertujuan untuk menciptakan hubungan saling menguntungkan, dan juga hubungan yang saling pengertian diantara perusahaan dan publiknya, oleh karena itu perusahaan haruslah mengetahui apakah yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari publik yang dituju (karena masing-masing publik juga memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda), dalam pembuatan program PR, riset memungkinkan perusahaan untuk mengetahui apakah yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari publik yang ditujunya, sehingga tidak terjadi perbedaan diantara apa yang dipersepsikan perusahaan (*perceive needs*) dan kebutuhan yang sesungguhnya (*actual needs*).

Proses *media monitoring* sendiri memungkinkan perusahaan untuk dapat mengukur dampak dari program-program yang dilakukan perusahaan, dari segi jumlah publisitas yang ada di media massa, dan juga bagaimana interpretasinya, sehingga perusahaan dapat mengetahui apa saja bagian-bagian

yang berhasil, ataupun bagian mana yang belum berhasil, dan harus diperbaiki, dari suatu program PR.

3.3.1 Uraian Tugas Penulis untuk Klien AsiaPR

a. Media Monitoring

Mengutip dari Cyberalert, sebuah lembaga internasional yang menyediakan jasa *media monitoring*, *media monitoring* adalah rangkaian proses membaca, menonton ataupun mendengarkan konten-konten editorial di media massa, kemudian mengidentifikasi, menyimpan, dan menganalisis konten-konten yang terdapat kata-kata kunci, ataupun topik yang spesifik. (http://www.cyberalert.com/downloads/media_monitoring_whitepaper.pdf, diakses hari Minggu, 15 Oktober 2014, pukul 15.00).

Seperti definisi dari Cyberalert tersebut, proses itulah yang penulis jalani, penulis melakukan pencarian berita-berita yang berkaitan dengan klien, melalui kata-kata kunci yang telah ditetapkan, di media massa cetak dan juga online, kemudian berita-berita tersebut akan ditafsirkan, dan pada akhirnya akan disajikan dalam bentuk rekap yang memberikan gambaran umum atas tafsiran dari berita-berita di media massa dalam periode waktu tertentu.

Proses *media monitoring* dilakukan penulis terhadap berbagai klien dari AsiaPR, namun klien utama yang semenjak awal magang hingga akhir masa magang penulis ditugaskan untuk melakukan *media monitoring*, adalah Tim

Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K). Proses *media monitoring* dilakukan penulis setiap hari, *media monitoring* dilakukan pada dua jenis media, yaitu media cetak (Koran) dan media online dimana setiap pagi ketika penulis sampai ke kantor, penulis akan segera membaca berbagai koran untuk mencari berita yang berkaitan dengan isu dan kata kunci yang sudah disediakan. Tidak semua koran akan penulis baca, melainkan hanya beberapa surat kabar saja, untuk TNP2K, Koran yang harus penulis baca antara lain :

- Bisnis Indonesia
- Investor Daily
- Tempo Koran
- Rakyat Merdeka
- Sindo
- Suara Pembaruan
- Jurnal Nasional
- IndoPos
- Kompas
- Media Indonesia
- Republika
- Sinar Harapan
- Pikiran Rakyat

Pencarian berita di koran-koran tersebut dilakukan dengan panduan yang jelas, yaitu dengan beberapa kata kunci yang sudah ada, dikarenakan TNP2K merupakan sebuah program yang terintegrasi dan memiliki berbagai program-program lainnya dalamnya, antara lain Beras Miskin (RASKIN), Jaminan Kesehatan Nasional - Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan (JKN- BPJS), Program Keluarga Harapan (PKH), Bantuan Siswa Miskin (BSM), Bantuan Langsung Tunai Sementara (BLSM), Kartu Perlindungan Sosial (KPS).

Sedangkan untuk media online, proses pencairan lebih sederhana, yaitu dengan memasukan *keyword* berupa program-program tersebut kedalam situs pencarian google.com (Raskin, BPJS-JKN, PKH, BSM, BLSM, KPS) secara satu persatu, dengan periode waktu yang diatur di google.com. Tidak semua media online yang memuat berita yang terdapat kata kunci tersebut akan dimasukan dan diolah, hanya media online tertentu yang kemudian akan diolah. Untuk program TNP2K, media online yang termasuk pantauan program ini antara lain :

- Antaranews.com
- Beritasatu.com
- Bisnis.com
- Kompas.com
- Merdeka.com
- Sindonews.com

- Tribunnews.com
- Fokusjabar.com
- Inilah.com
- Jpnn.com
- Detik.com

Setelah pencarian berita dilakukan, berita tersebut akan dimasukkan ke dalam template yang sudah disediakan, jika berita itu berasal dari Koran, maka berita di Koran tersebut akan di *scan* terlebih dahulu baru dimasukkan ke dalam template yang sudah disediakan, namun jika berita berasal dari *website* online, akan langsung diolah berupa teks.

Biasanya proses pencarian dan pengolahan berita dari media cetak dilakukan hingga jam 12.00 sebelum istirahat makan siang, berita yang sudah diolah akan dikirim ke Ariza Dwi Arlingga, kemudian setelah istirahat, barulah tugas lain biasanya diberikan, namun terkadang juga jika tidak ada tugas lain yang diberikan, penulis akan diberikan berita-berita lain dari daerah untuk diolah juga, istilah yang digunakan merujuk pada berita-berita dari daerah di luar DKI Jakarta, adalah 'lokal', merujuk pada Koran lokal di daerah-daerah diluar Jakarta.

Setelah berita diolah sesuai prosedur, penulis akan mengirimkan ke Ariza Dwi Arlingga, dan dalam periode tertentu, akan dibuatkan rekapitulasi

terhadap berita-berita tersebut, sehingga dalam periode tertentu, dapat ditafsirkan dan dilihat bagaimana tanggapan media terhadap isu-isu yang berkaitan dengan perusahaan, ataupun aktivitas dan program yang sedang dijalankan.

Media monitoring juga dilakukan penulis terhadap Toyota selama periode IIMS 2014 berlangsung. Untuk Toyota, media monitoring dilakukan dalam jangka waktu 17 September hingga 5 Oktober, prosedur pelaksanaannya antara lain :

1. Keywords

- TOYOTA
- TOYOTA INDONESIA
- TAM
- TMMIN
- IIMS
- IIMS Toyota

2. Media :

- Printed : Semua media yang ada di meja bundar (tempat penulis melakukan media monitoring)
- Online : Semua media online
- Local Contributor : Media lokal

3. Pengiriman :

- QC & Local Contributor :

To : randy.arbina@gmail.com

Cc : adhiantobp@gmail.com, intantanjungsari@gmail.com
tresnasetiani@gmail.com

- Daily Report :

To : tarisamilano@gmail.com, andrian@asiapr.net

Cc : adhiantobp@gmail.com, intantanjungsari@gmail.com,
tresnasetiani@gmail.com

4. Format File :

- Daily Report : “Daily Monitoring – Toyota IIMS 2014 – Online/Printed/Local – DDMMYY”

- Recapitulation : “Daily Recapitulation – Toyota IIMS 2014 – DDMMYY”

Prosedur pelaksanaan media monitoring untuk Toyota tersebut diberikan dalam bentuk email tertulis, penulis sendiri berkesempatan untuk mengerjakan tugas media monitoring cetak, online, dan juga membuat rekapitulasi harian. Template untuk mengerjakan juga sudah diberikan bersamaan dengan pengiriman email prosedur pengerjaan.

b. *Online Research*

Penulis juga diberikan kesempatan untuk membantu para konsultan dalam melakukan riset kecil secara online, riset yang dilakukan berkaitan dengan kebutuhan informasi akan suatu program yang sedang dibuat untuk kebutuhan klien, pemberian tugas kepada penulis berkaitan dengan riset dilakukan secara tidak terlalu formal, penulis akan dipanggil secara langsung, kemudian diberikan penjelasan secara lisan mengenai hal-hal apa saja yang harus penulis temukan, kemudian hasil risetnya akan diberikan dalam bentuk informasi yang sudah terstruktur, dan juga penulis harus memberikan rangkuman yang lebih singkat dari hasil riset tersebut. Beberapa riset yang pernah ditugaskan kepada penulis untuk dilakukan, antara lain :

1. AEON Mall

AEON Mall merupakan jaringan mall yang sudah ada di berbagai Negara, dan rencananya akan dibuka juga di Indonesia, yaitu di daerah Bumi Serpong Damai, penulis ditugaskan untuk mencari informasi mengenai acara-acara dan program-program apa saja yang diadakan dari AEON Mall di berbagai Negara.

2. Garnier

Penulis ditugaskan untuk melakukan riset, dan juga melakukan *brainstorming* dengan para intern lainnya untuk membuat suatu program PR bagi Garnier,

yang kebetulan saat itu sedang mengadakan tender bagi konsultan PR, dan AsiaPR mendapatkan undangan untuk mengikuti tender tersebut. Hasil dari brainstorming dengan para intern diserahkan kepada para konsultan untuk dijadikan referensi bagi program yang mereka sedang buat.

3. Klik Hati by MERCK

Penulis ditugaskan untuk melakukan riset kecil beserta analisisnya, mengenai program Klik Hati by MERCK, klik hati sendiri merupakan CSR dari MERCK, yang di dalam programnya memberikan apresiasi, dan memberdayakan, komunitas-komunitas yang bergerak dalam berbagai bidang, yang dinilai memberikan kontribusi di masyarakat dan memiliki kepantasan untuk dibantu dan diapresiasi. Riset yang dilakukan adalah tentang gambaran umum program Klik Hati di masyarakat, dan riset dilakukan dari akun resmi dari social media program Klik Hati, diantaranya Facebook dan Twitter, dan juga berbagai pemberitaan di media online.

4. Oryza Grace

Oryza Grace sendiri merupakan produk minyak nabati yang menjadi klien dari AsiaPR, untuk Oryza Grace, peneliti ditugaskan untuk melakukan riset tentang brand yang dianggap sebagai competitor, yaitu Tropicana Slim, peneliti ditugaskan untuk melakukan riset, dan memberikan interpretasi singkat.

5. Hari Bakti PU, Hari Tata Ruang, dan KSN Expo and Award

Peneliti ditugaskan untuk membuat resume singkat mengenai berbagai hal yang berkaitan tentang Hari Bakti PU, Hari Tata Ruang, dan KSN Expo and Award, untuk riset ini sendiri peneliti tidak mengetahui apa tujuannya dan akan diolah seperti apa hasil dari riset ini.

c. Media Relations Event

Argenti (2009:155) berpendapat, salah satu bidang yang paling penting dalam fungsi corporate communication adalah departemen media relations, media memiliki peran entah itu sebagai konstituen dan juga saluran bagi perusahaan, baik itu kepada investor, karyawan, dan juga konsumen, dalam menerima informasi dan juga membentuk gambaran atas citra dan reputasi perusahaan.

Kriyantono (2009:28), menjabarkan, dalam menjalankan pekerjaannya, seorang PR memiliki alat-alat kelengkapan (PR tools), dalam hal publisitas dan media relations, alat-alat kelengkapan tersebut antara lain :

- Press release (menulis berita tentang perusahaan kepada media)
- Press conference (menyampaikan informasi tentang perusahaan dengan secara langsung mengundang wartawan)
- Press tour (mengundang wartawan untuk berkunjung ke perusahaan)
- Press party (menjamu wartawan makan bersama)
- Press receptions (mengadakan acara khusus pertemuan dengan wartawan)

- Media gathering (mengumpulkan media dalam sebuah forum)

Dalam periode kerja magang, peneliti berkesempatan untuk ditugaskan membantu pelaksanaan media relations dari Toyota saat melakukan rangkaian acara Indonesia International Motor Show (IIMS) 2014 di JIExpo Kemayoran, tugas yang dilakukan penulis adalah hal-hal yang sifatnya teknis, seperti membantu melakukan foto copy press release, menjaga meja tamu, dan memberikan panduan umum bagi para wartawan. Penugasan di IIMS 2014 dilakukan secara bergantian dengan para intern lainnya.

3.3.2 Uraian Tugas dan Kegiatan Penulis untuk AsiaPR

a) Internal Communication

Penulis berkesempatan untuk mengikuti berbagai acara internal yang menjadi budaya di AsiaPR dalam merayakan berbagai hari raya, seperti ulang tahun karyawan, buka puasa bersama, dan juga perayaan lebaran. Hal-hal ini dilakukan dengan tujuan mempererat silaturahmi diantara para karyawan AsiaPR. Bagi para intern dan karyawan baru, juga diharuskan melakukan ritual 'show', yaitu melakukan hal apapun sebagai perkenalan, bisa berupa tarian, nyanyian, ataupun bakat-bakat lainnya, hal ini bertujuan untuk meniadakan rasa malu-malu pada karyawan dan intern baru dengan para karyawan lainnya.

b. Transkrip

Penulis diberikan kesempatan untuk membuat transkrip dari berbagai rekaman, transkrip yang paling sering dilakukan adalah transkrip dari program radio dari salah satu pendiri dan direktur di AsiaPR, yaitu Silih Agung Wasesa, yaitu Smart Branding yang dilakukan di SmartFM, penugasan ini sangat bermanfaat bagi penulis, karena penulis juga bisa mendapatkan berbagai pengetahuan baru tentang *branding* dari program talkshow tersebut.

c. Membuat artikel untuk PRide.co.id

Pride.co.id sendiri adalah salah satu website yang isinya adalah berbagai artikel tentang PR yang dikelola oleh AsiaPR, penulis dan intern lainnya ditugaskan untuk membuat artikel di Pride.co.id setiap minggu, artikel yang dibuat tidaklah harus artikel pribadi, tapi biasanya dianjurkan dibuat dari terjemahan dari artikel di website luar negeri yang isinya berbagai artikel PR.

Gambar 3.1

Logo pride.co.id



PRide

Sumber : pride.co.id

Jenis-jenis artikel yang terdapat dalam website ini antara lain tentang :

1. Branding
2. Community
3. Crisis Management
4. CSR& Community
5. Digital & Social Media
6. Events
7. Internal PR
8. Marketing PR
9. Media Relations

d. Database Media Massa

Penulis diberikan kesempatan untuk membuat kumpulan data media cetak harian, mulai dari kontak yang bisa dihubungi, dan harga iklan di

Koran tersebut, database media ini dibuat untuk kepentingan proses *media monitoring* dari berbagai klien AsiaPR, untuk keperluan penghitungan *news value*.

3.4 Kendala

Secara keseluruhan penulis tidak menemui kendala berarti dalam melakukan kerja magang di AsiaPR, dikarenakan para rekan-rekan di AsiaPR sangatlah kooperatif dalam membimbing penulis dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga sangat bersahabat, sehingga penulis dengan cepat dapat beradaptasi terhadap pola kerja di AsiaPR.

UMMN