



### **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

Menjalani proses kerja magang di Prasasta Reputation Management, penulis berkedudukan sebagai *junior consultant*. Dalam Prasasta Reputation Management, divisi *consultant* terbagi menjadi tiga tingkatan yakni *senior advisor*, *consultant* dan *junior consultant*.

Di Prasasta Reputation Management, konsultan-konsultan yang ada dibagi ke dalam beberapa tim dengan masing-masing satu konsultan sebagai *project manager* dalam melakukan tugas-tugas yang diminta klien. Satu tim umumnya terdiri dari lima sampai enam orang termasuk *project manager* dan *junior consultant*. Semua anggota tim bertugas untuk membantu *project manager* biasanya sebagai *event officer*, *media officer* dan lain-lain sesuai kebutuhan yang ditugaskan klien.

Masing-masing konsultan umumnya tergabung dalam beberapa tim sesuai klien yang ada di Prasasta Reputation Management. Sistem koordinasi ini mendorong setiap konsultan mampu memenuhi permintaan klien dari berbagai korporasi dari berbagai bidang. Selama penulis melakukan praktik kerja magang sebagai *junior consultant*, penulis diberi kesempatan untuk turut bergabung dalam beberapa tim sebagai berikut.

1. Aliansi Masyarakat Tembakau Indonesia
2. TOP 1
3. HM Sampoerna

Sebagai *junior consultant*, penulis bertanggung jawab secara langsung kepada masing-masing *project manager* dan *senior advisor* di Prasasta Reputation Management. Segala pekerjaan yang dilakukan penulis setiap hari secara langsung dibimbing, diarahkan dan dikoreksi para *project manager* dan pada gilirannya oleh Ibu Minar selaku *Senior Advisor*. Dalam memenuhi setiap tugas yang diberikan, penulis sebagai *junior consultant* dibantu oleh konsultan *Public*

*Relations* dan *PR Researcher* di Prasasta Reputation Management, yakni Anisa Endah Pertiwi, Iqbal Zakky, Tia Witiani, Geraldo Oryza dan Wilden Billy.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berbagai tugas dan aktivitas yang menyangkut kegiatan *public relations* dilaksanakan penulis selama melaksanakan praktik kerja magang dalam kurun waktu tiga bulan, dibawah bimbingan para *project manager* dan *senior advisor*, Ibu Minar. Berikut merupakan detil aktivitas setiap minggu yang dilakukan penulis dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3.1 Detil Aktivitas Setiap Minggu

Bulan	Minggu Ke-	Uraian Tugas
Juli	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membantu persiapan kegiatan <i>Media Gathering</i> Jakarta 15 Juli 2014 dan Surabaya 17 Juli 2014</li> <li>• Membantu penyusunan proposal kegiatan <i>media gathering</i></li> <li>• Membantu penyusunan <i>monthly report / client report</i> kegiatan Asosiasi Petani Cengkeh Indonesia Mei 2014</li> </ul>
	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat <i>media list</i> untuk kegiatan <i>Media Gathering</i></li> <li>• Persiapan power point <i>client report</i> untuk <i>meeting</i> dengan pihak AMTI</li> <li>• <i>Media monitoring</i> di e-Prasasta</li> <li>• <i>Media Inviting</i></li> </ul>
	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Media Gathering</i> Jakarta 15 Juli 2014</li> <li>• Persiapan <i>media gathering</i> Surabaya 17 Juli 2014</li> <li>• Penyusunan Berita Acara <i>Media Gathering</i> AMTI Jakarta 2014</li> </ul>
	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persiapan <i>Media Handling Skills Training</i> (Pencarian Pembicara)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyusunan proposal <i>Media Handling Skills Training</i></li> </ul>
	5	<b>LIBUR LEBARAN</b>
Agustus	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Meeting</i> internal klien AMTI dengan topik rancangan program Public Relations 2014</li> <li>• Persiapan penyusunan <i>monthly report</i> July 2014</li> </ul>
	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Meeting</i> persiapan AMTI <i>Media Handling Training Skills</i></li> <li>• Membuat <i>Minutes of Meeting</i></li> <li>• Menyusun kliping destinasi wisata untuk <i>Media Gathering/Editor's Gathering</i> di akhir tahun</li> <li>• Membuat Terms of Reference AMTI <i>Media Handling Skills Training</i></li> </ul>
	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media List Gresik untuk AMTI <i>Media Visit</i></li> <li>• Membantu penyusunan profil media untuk AMTI <i>Media Visit</i></li> <li>• Membuat <i>invitation letter</i> untuk peserta training AMTI <i>Media Training</i></li> </ul>
	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Media monitoring</i> TOP 1</li> <li>• Menyusun hasil <i>media monitoring</i> TOP 1</li> <li>• Menyusun <i>client report</i> kegiatan CSR HM Sampoerna</li> </ul>
	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melengkapi data hasil <i>media monitoring</i> untuk proposal Top 1</li> <li>• <i>Competitor Analysis</i> TOP 1</li> <li>• Menyusun bagian awal Proposal <i>Reputation Management Blueprint</i></li> <li>• <i>Translating Client Report</i> HM Sampoerna</li> </ul>
September	11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membantu membuat <i>monthly report</i> AMTI bagian Analisis dan Ulasan Pemberitaan</li> <li>• Membantu persiapan materi <i>Media Training</i></li> </ul>

		AMTI <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Meeting</i> koordinasi dengan AMTI terkait <i>Media Training</i></li> <li>• <i>Minutes of Meeting</i> AMTI</li> </ul>
	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis hasil media monitoring AMTI Mei-Agustus 2014</li> <li>• Membuat <i>Highlight Report</i> Pemberitaan AMTI Mei-Agustus 2014</li> </ul>
	13-14	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persiapan <i>Media Training</i> AMTI</li> <li>• Melakukan <i>Participant Confirmation</i></li> </ul>

Adapun berbagai tugas dan aktivitas utama yang dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang yang berkaitan langsung dengan fungsi *Public Relations* dirangkum secara umum dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 3.2 *Timeline* Aktivitas *Public Relations*

Klien dan Jenis Pekerjaan	Minggu ke-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Aliansi Masyarakat Tembakau Indonesia														
PR Writing														
Media Relations														
Media Monitoring														
Media Training														
TOP 1														
Media Monitoring														
Resarch dan Proposal														
HM Sampoerna														
PR Writing														

### 3.3 Pembahasan

Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai masing-masing kegiatan dari masing-masing klien yang dilakukan penulis selama kurun waktu tiga bulan praktik kerja magang.

### 3.3.1 Aliansi Masyarakat Tembakau Indonesia (AMTI)

#### a) PR Writing

Treadwell (2005:1) dalam bukunya *Public Relations Writing: Principle in Practice* menyatakan bahwa,

*“If public relations is about developing and maintaining relationships between an organization and its publics, then public relations writing is about applying language (and design) to fostering those relationship”.*

Dalam melakukan praktik kerja magang di Prasasta Reputation Management, penulis banyak melakukan *PR Writing*, antara lain sebagai berikut.

#### 1. *Monthly Report / Client Report*

*Monthly Report* di Prasasta Reputation Management untuk AMTI berisikan laporan hasil *media monitoring* dan *media relations report* beserta analisisnya. Dalam melakukan kegiatan *media monitoring*, Prasasta Reputation Management bekerjasama dengan e-Prasasta tiap bulannya. Hasil *media monitoring* tersebut kemudian diserahkan pada pihak Prasasta Reputation Management untuk kemudian dianalisis dan pada gilirannya diserahkan kepada klien bersangkutan. *Monthly report* untuk Aliansi Masyarakat Tembakau berisikan poin-poin sebagai berikut.

#### a. Ringkasan Eksekutif

Menurut Treadwell (2005:244), ringkasan eksekutif adalah ringkasan informasi penting. Tujuan dari ringkasan ini ialah memberikan *overview* dari laporan yang panjang sehingga para eksekutif bisa langsung memahami keseluruhan dokumen hanya dengan membaca ringkasan eksekutif ini.

Dalam membuat laporan bulanan AMTI, bagian ringkasan eksekutif umumnya menceritakan secara singkat kegiatan kehumasan yang dilakukan di bulan terkait, kendala-kendala

yang dihadapi beserta hasil *PR Value* yang didapatkan dari kegiatan tersebut.

Jika tidak ada kegiatan yang selenggarakan pada bulan terkait, ringkasan eksekutif berisikan penjelasan mengenai alasan tidak adanya kegiatan pada bulan tersebut yang mengakibatkan tidak adanya pemberitaan di bulan terkait. Dalam bagian ini kemudian dijelaskan juga secara singkat dan jelas mengenai kegiatan mendatang yang akan dilakukan.

b. Kategori, dan *Value of News Coverage*

Bagian ini berisikan hasil *media monitoring* dari e-Prasasta yang disajikan dalam format excel. Selain memaparkan semua pemberitaan yang muncul terkait AMTI, bagian ini pula menunjukkan hasil *PR Value* yang didapat dari seluruh pemberitaan. Data inilah yang kemudian diolah oleh para konsultan di Prasasta Reputation Management untuk membuat bagian selanjutnya.

c. Ulasan Berita dan Analisis Laporan

Data excel dari e-Prasasta yang dilampirkan pada bagian sebelumnya kemudian diolah di bagian ini. Guna memudahkan pihak AMTI dalam memahami isi data excel, para konsultan perlu merangkum hasil pemberitaan di excel ke dalam bagan-bagan yang menarik disertai narasi yang menjelaskan arti bagan-bagan tersebut.

Bagian ini diawali dengan narasi mengenai kegiatan yang berlangsung pada bulan terkait. Berbeda dengan ringkasan kegiatan pada bagian ringkasan eksekutif, pada bagian ini lebih menjelaskan pesan-pesan kunci yang disampaikan oleh pihak AMTI selama kegiatan berlangsung yang kemudian menjadi isu utama dari pemberitaan-pemberitaan yang ada.

Setelah memberikan gambaran umum mengenai isu pemberitaan, para konsultan kemudian menyajikan bagan-bagan yang mengkategorikan pemberitaan berdasarkan *tonality* pemberitaan, tipe media yang memberitakan, kategori artikel yang dihasilkan, tipe artikel, *media share*, dan jurnalis yang paling banyak memberitakan terkait AMTI dan industri tembakau.

Selama melakukan praktik kerja magang, isu yang paling hangat diperbincangkan ialah penolakan AMTI terhadap kebijakan *Framework Convention on Tobacco Control* (FCTC) dan dampak *Pictorial Health Warning* (PHW) yang mulai berlaku per bulan Juni 2014.

Hasil bagan dan analisis tersebut kemudian mampu menjadi informasi penting bagi pihak AMTI dalam mengklasifikasikan media dan jurnalis mana yang bisa dijadikan sahabat AMTI, serta pembentukan *key message* dalam menanggapi isu-isu yang berkembang.

#### d. Simpulan

Bagian simpulan berisikan kesimpulan dari seluruh kegiatan dan hasil yang didapatkan serta rekomendasi bagi pihak AMTI dalam menghadapi media dan pembuatan kegiatan kedepannya dalam rangka menanggapi isu-isu seputar tembakau yang berkembang di masyarakat.

Umumnya, rekomendasi yang diberikan berupa usulan kegiatan dengan tema-tema dan tujuan tertentu yang pada gilirannya mampu mengakomodir kebutuhan pihak AMTI, khususnya dalam memerangi kebijakan FCTC.

Dalam penyusunan *Monthly Report*, awalnya penulis membantu penyusunan bagian Ulasan dan Analisis Pemberitaan, khususnya

dalam pengolahan data hasil *media monitoring* menjadi bagan-bagan sesuai kategori. Dari bagan-bagan yang sudah dibuat penulis, kemudian dibuatkan narasi oleh *consultant* sebagai penjelasan bagan-bagan tersebut.

Pada bulan selanjutnya yakni pembuatan *monthly report* bulan Juli 2014, penulis dipercayakan untuk menggarap bagian rangkuman eksekutif untuk kegiatan *Media Gathering* di Jakarta dengan pertimbangan penulis mengikuti rangkaian acara *media gathering* tersebut. Setelah itu, penulis kembali menyiapkan bagan-bagan sesuai kategori untuk kemudian dinarasikan oleh konsultan. Semua hasil kerja penulis pun harus terlebih dahulu diperiksa oleh *project manager* yang bertanggung jawab atas klien AMTI yakni, Anisa Endah Pertiwi.

Pada bulan September dalam penyusunan *monthly report* bulan Agustus 2014, penulis dipercayai untuk membuat bagian Ulasan dan Analisis Pemberitaan mulai dari bagan hingga narasi yang menjelaskan bagan-bagan tersebut.

## 2. *Proposal*

Penulisan proposal adalah salah satu hal yang penting dipahami seorang praktisi PR karena proposal merupakan tempat perusahaan jasa konsultan PR menunjukkan keahliannya kepada calon klien potensial. Proposal harus mampu mendemonstrasikan kemampuan dan pengalaman perusahaan dalam menangani suatu produk, layanan maupun segala hal yang dibutuhkan calon klien potensial (Treadwell, 2005:418).

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis diberikan kesempatan untuk menggarap beberapa proposal seperti proposal kegiatan *media gathering* Juli 2014 serta proposal kegiatan *media handling skills training* September 2014. Proposal dibuat penulis

sesuai arahan konsultan, *senior advisor* dan hasil setiap *meeting* koordinasi dengan pihak AMTI.

### 3. Berita Acara

Berita acara merupakan catatan atau laporan yang dibuat setelah selesainya suatu acara guna melaporkan suatu kegiatan yang diselenggarakan pihak klien. Beberapa hal yang perlu dilaporkan dalam berita acara ialah jadwal kegiatan, persiapan kegiatan, partisipan kegiatan, laporan berjalannya kegiatan serta kendala-kendala yang ditemukan selama persiapan maupun kegiatan berlangsung.

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis berkesempatan untuk membuat Berita Acara Media Gathering Breakfasting di Jakarta. Berita Acara yang sudah dibuat penulis kemudian diserahkan kepada *project manager* untuk diberikan revisi dan akhirnya diserahkan kepada klien yang bersangkutan.

### 4. *Project Evaluation Report*

Setelah selesai menyelenggarakan suatu kegiatan, praktisi PR perlu membuat suatu laporan yang disebut dengan *end of project or evaluation report* (Treadwell, 2005:213). Di Prasasta Reputation Management, laporan semacam ini disebut dengan *project evaluation report* yang dibuat tujuh hari setelah suatu acara berlangsung.

*Project Evaluation Report* berisikan rangkuman masing-masing artikel hasil pemberitaan selama tujuh hari setelah acara berlangsung. Terdapat pula keterangan mengenai *PR Value* yang didapatkan selama tujuh hari.

*Project Evaluation Report (PER)* yang pernah dibuat penulis yakni PER kegiatan Media Gathering Breakfasting Jakarta 2014. Dalam pembuatan PER, perlu disesuaikan kembali dengan proposal kegiatan diawal, yakni melihat kesinambungan antara tujuan kegiatan dan hasil dari kegiatan yang telah dicapai.

*Template* PER di Prasasta juga meliputi rangkuman beberapa artikel pemberitaan selama tujuh hari setelah kegiatan berlangsung. Pemilihan artikel pemberitaan yang dibahas dalam PER ditentukan oleh pihak konsultan dengan beberapa pertimbangan.

#### 5. *Minutes of Meeting*

*Minutes of meeting* merupakan rekaman maupun catatan dari sebuah *meeting* (pertemuan) yang berguna sebagai bukti dari seluruh aksi maupun ide yang didiskusikan dalam sebuah pertemuan. *Minutes of meeting* pun berguna sebagai informasi pengingat ketika peserta pertemuan kehilangan konsentrasi (Gutmann, 2013:1).

Mengikuti kegiatan *meeting* dalam rangka persiapan kegiatan *media gathering* dan *media handling skills training*, penulis dibimbing untuk membuat *minutes of meeting*. Selain berfungsi sebagai notulensi, *minutes of meeting* biasanya digunakan Prasasta sebagai *reminder* yang mempertegas tugas-tugas Prasasta dan tugas klien dalam mewujudkan suatu tujuan tertentu.

#### 6. *Invitation Letter*

*Invitation Letter* merupakan undangan bagi pihak partisipan untuk menghadiri kegiatan yang dilakukan klien. *Invitation Letter* yang pernah dibuat penulis selama menjalani praktik kerja magang yakni *media invitation* bagi para jurnalis untuk menghadiri kegiatan *media gathering* yang dilakukan oleh pihak AMTI.

Dalam prosesnya, *media invitation* ini tidak secara langsung dikirimkan kepada jurnalis terkait yang ingin diundang. Hal ini terjadi karena setiap harinya para jurnalis tersebut memiliki jadwal liputan yang sudah ditentukan sebelumnya oleh redaktur masing-masing media. Sehingga demikian, *invitation letter* ini kemudian harus dikirimkan terlebih dahulu melalui sekretaris redaksi.

Jika ada permintaan khusus dari pihak klien akan kehadiran jurnalis tertentu, maka dalam *invitation letter* akan dicantumkan secara jelas nama jurnalis yang dituju. *Invitation letter* tersebut kemudian akan dikirimkan via email kepada sekretaris redaksi dan jurnalis yang dituju. Dalam menangani permintaan khusus seperti ini, penulis harus melakukan koordinasi dan konfirmasi kepada kedua pihak redaktur dan pihak jurnalisnya sendiri, sehingga jurnalis yang datang ke kegiatan klien merupakan jurnalis yang memang ditunjuk pihak klien.

Selain *media invitation*, penulis juga diberikan kesempatan untuk membuat undangan bagi peserta *media handling skills training*. Undangan ini kemudian dikirimkan ke alamat email maupun alamat tertentu yang diminta peserta *training* yang didahului dengan mengontak para partisipan terlebih dahulu untuk memastikan alamat undangan yang dituju.

## **b) Media Relations**

Nova (2009:208) mendefinisikan *media relations* sebagai aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu maupun profesi humas suatu organisasi, untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa, dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (*balance*). Berikut merupakan beberapa kegiatan *media relations* yang pernah dilakukan penulis selama praktik kerja magang di Prasasta Reputation Management.

### **1. Media Gathering**

Pada bulan Juli 2014, Aliansi Masyarakat Tembakau Indonesia (AMTI) menyelenggarakan kegiatan *media gathering* yang dilaksanakan di Jakarta dan Surabaya. Kegiatan ini dilakukan guna mempererat hubungan AMTI dengan media sehingga diselenggarakan bertepatan dengan bulan Ramadhan. Salah satu alasan penting yang

mendasari diperlukannya kegiatan ini guna memepererat hubungan dengan para jurnalis ialah dalam rangka penolakkan AMTI terhadap akses FCTC. Guna mendukung kegiatan ini, penulis melakukan hal-hal sebagai berikut.

a) *Media Listing*

Salah satu riset penting yang perlu dilakukan dalam upaya melakukan kegiatan *media relations* ialah mengidentifikasi media yang tepat yang sesuai dengan *target audience* yang diinginkan. Guna melengkapi riset penting ini, praktisi PR perlu mempersiapkan sebuah *media contact list* (Hayes, 2007:50).

Sebelum melakukan pengundangan media, penulis terlebih dahulu mendata masing-masing lima puluh media nasional yang terdiri dari media online dan media cetak yang berbasis di Jakarta dan Surabaya. Hasil daftar media ini kemudian diserahkan kepada pihak klien untuk di *review*.

Pihak klien kemudian memilih lima jurnalis dari lima media yang dianggap dekat dengan AMTI untuk kegiatan *media gathering* Jakarta, yakni Harian Terbit (Arbi), Sindo Weekly (Anes Wahyu), Media Indonesia (Cornelius Eko), Jurnal Nasional (Jan Prince Permata) dan Suara Merdeka (Anton). Selibhnya, pihak klien meminta Prasasta untuk mengundang 20 media yang potensial dijadikan sahabat AMTI berdasarkan banyaknya pemberitaan yang dihasilkan jurnalis tersebut terkait AMTI, industri dan regulasi rokok dan *tonality* yang dihasilkan dari pemberitaant tersebut.

Untuk kegiatan di Surabaya, AMTI meminta Prasasta untuk secara khusus mengundang jurnalis-jurnalis tertentu dari beritajoss.com, portaljatim.com, Bhirawa dan Harian Bangsa. Selibhnya, pihak AMTI hanya menunjuk media mana yang

ingin diundang tanpa menyebutkan jurnalis khusus yang ingin diundang.

b) *Media Invitation*

Setelah klien sudah menentukan media yang ingin diundang, kemudian tugas Prasasta untuk mengundang para media tersebut.

Kegiatan mengundang media untuk hadir dalam acara yang diselenggarakan klien biasanya dilakukan dengan pengiriman email undangan kepada redaksi media yang akan diundang. Setelah email dikirimkan, penulis akan melakukan konfirmasi melalui telepon kepada sekretaris redaksi mengenai penerimaan email undangan tersebut dan kesediaan para jurnalis dari media terakit dalam menghadiri kegiatan yang diselenggarakan.

Bagi jurnalis yang diundang secara khusus, penulis harus tetap melalui tahapan pengundangan yang sama yakni dengan mengirimkan email kepada sekretaris redaksi dan jurnalis yang dituju. Setelah mengirimkan kedua email tersebut, konfirmasi dan koordinasi pun harus dilakukan kepada dua orang yang bersangkutan tersebut (sektaris redaksi dan jurnalis) sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

Konfirmasi kehadiran menjadi penting karena pada saat hari pelaksanaan acara, pihak Prasasta Reputation Management akan menyediakan *media attendance list* yang harus diisi para jurnalis yang hadir dengan data diri seperti nama, asal media, nomor *handphone* serta alamat email. Hal ini dilakukan guna menghindari jurnalis-jurnalis yang tiba-tiba hadir tanpa diundang.

### c) *Media Relations Officer*

Pada saat kegiatan *media gathering* berlangsung, penulis bertugas sebagai *media relations officer*. Dalam pemenuhannya, penulis bertugas untuk menjadi fasilitator bagi para jurnalis yang hadir dan memastikan jurnalis yang hadir ialah jurnalis yang diundang.

Peran ini sesuai dengan salah satu peran PR yang diungkapkan Joep Cornelissen (2008:156) yakni *Communication Facilitator Role* yang mana PR bertindak sebagai mediator, interpreter dan liaison antara organisasi dan publiknya yang mana dalam kegiatan ini ialah pihak AMTI dan media, sebagai salah satu pemangku kepentingan AMTI..

## 2. *Media Briefing*

Salah satu sarana *media relations* yang bisa dilakukan oleh praktisi PR untuk memberikan informasi kepada rekan media yang tertarik dengan organisasi yang dibawah praktisi PR ialah dengan menyelenggarakan kegiatan *informal media briefing* (Hitchins dalam Theaker, 2013:166).

Hal ini pula yang disarankan pihak Prasasta Reputation Management kepada AMTI. Kegiatan *informal media briefing* kemudian dilakukan bersamaan dengan kegiatan *media gathering* di Jakarta maupun Surabaya dalam bentuk diskusi informal.

Kegiatan yang bersifat informal ini pada dasarnya tidak mengharuskan terjadinya pemberitaan. Namun demikian, kegiatan ini ternyata menarik minat para jurnalis sehingga satu minggu setelah kegiatan banyak pemberitaan yang muncul dengan pesan kunci yang sesuai dengan topik *media briefing*, yakni terkait ketenagakerjaan di industri tembakau yang menghidupan ribuan petani dan buruh.

Dalam kegiatan ini, penulis hanya bertugas untuk membuat notulensi dari setiap pertanyaan jurnalis dan jawaban yang diberikan pihak AMTI yang kemudian digunakan sebagai tindakan preventif jika ada media-media yang menulis hal-hal yang tidak sesuai pesan kunci.

### c) **Media Handling Skills Training**

*Media Training* ini merupakan salah satu jasa yang ditawarkan Prasasta Reputation Management pada pihak klien yang meliputi cara berhadapan dengan media, cara berbicara di depan umum, serta cara pengelolaan krisis. *Training* ini ditujukan bagi para pengurus AMTI yang potensial menjadi *spokesperson* AMTI ketika berhadapan dengan media.

Kegiatan yang dilakukan pada tanggal 30 September 2014 ini akan dilaksanakan di Surabaya dengan agenda *training* meliputi pelatihan pembentukan *key message*, *media landscape* serta cara menghadapi *interview* TV dan radio. Dalam mendukung kegiatan ini, penulis membantu mempersiapkan berbagai kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan proposal serta materi *training* sesuai arahan *senior advisor*.

## 3.3.2 TOP 1

### a) **Media Monitoring**

Menurut Aronson (2007), setiap operasi *public relations* membutuhkan cara untuk mengevaluasi beragam aktivitas yang dilakukan serta mengetahui *media coverage* yang dihasilkan dari beragam aktivitas tersebut. Untuk itu, perlu bagi kegiatan *public relations* untuk melakukan kegiatan *media monitoring* guna mengetahui *coverage* dari sebuah event yang dilakukan dalam jangka waktu yang spesifik.

Umumnya, klien yang memerlukan jasa *media monitoring* tidak dikerjakan sendiri oleh tim di Prasasta Reputation Management melainkan bekerjasama dengan e-Prasasta. Namun demikian berbeda halnya untuk TOP 1.

Belum menjadi klien Prasasta Reputation Management, hasil kegiatan *media monitoring* yang dilakukan penulis digunakan untuk mendukung pembuatan proposal *Reputation Management Blue Print* yang pada gilirannya diajukan kepada pihak TOP 1.

Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan penulis dibatasi jangka waktu antara Januari hingga Agustus 2014. Media yang dimonitor pun sebatas media online karena keterbatasan waktu dan fasilitas yang ada. Kegiatan *media monitoring* dilakukan penulis dengan memasukan kata kunci yang diberikan klien terkait kegiatan-kegiatan yang pernah disponsori maupun diselenggarakan pada mesin pencarian di internet.

*Media monitoring* TOP 1 tidak terbatas pada media berita saja melainkan juga turut memonitor blog pribadi hingga forum diskusi yang ada di dunia maya yang menyebutkan TOP 1 dalam artikel mereka baik secara positif, netral maupun negatif.

#### **b) Research dan Proposal**

Research (riset) dalam *public relations* sebenarnya merupakan radar bagi perusahaan sehingga perusahaan tersebut memiliki sistem peringatan dini terutama jika ada persoalan serius terhadap reputasi perusahaan. Manfaat dari riset dalam *public relations* tidak hanya mendukung perencanaan dari program *public relations*, juga untuk perencanaan dari strategi bisnis secara keseluruhan (Afdhal, 2004:20).

Selain melakukan *media monitoring*, penulis juga melakukan riset yang meliputi analisa kompetitor serta riset mengenai TOP 1 itu sendiri. Riset kompetitor dan TOP 1 yang dilakukan meliputi *key message* dari dari *brand*, isu-isu yang muncul seputar *brand*, serta endorser yang digunakan. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk menghasilkan informasi mengenai kegiatan-

kegiatan yang dilakukan kompetitor termasuk didalamnya kegiatan CSR, *sales gimmick* dan promosi.

Setelah memiliki data hasil riset, penulis diarahkan untuk menggunakan data-data tersebut untuk menyusun proposal bagian awal untuk pengajuan pengelolaan reputasi TOP 1 oleh Prasasta Reputation Management.

### 3.3.3 HM Sampoerna

#### a) PR Writing

##### 1. *Press Release*

*Press release* merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk menyebarkan informasi kepada media. *Press release* harus efektif dengan mengangkat sebuah topik spesifik, ditulis ringkas, harus menjawab pertanyaan mendasar, seringkali hanya satu halaman dan menggunakan prinsip piramida terbalik (Giancontieri, 2008:118).

Menyelenggarakan kegiatan *Corporate Social Responsibilities* di hari ulang tahunnya yang ke 101 pada tanggal 23 Agustus 2014 lalu, HM Sampoerna menggunakan jasa *media relations* Prasasta Reputation Management.

Dalam pemenuhan fungsi tersebut, penulis diberikan kesempatan untuk turut berkontribusi dalam pembuatan *press release* mengenai kegiatan CSR yang diselenggarakan.

Pembuatan *press release* ini diawali dengan *brief* singkat yang diberikan klien terkait kegiatan pengecatan 10,1 KM trotoar di Jalan Merr Surabaya oleh 300 karyawan HM Sampoerna. Tidak hanya pengecatan, Sampoerna pun turut membagikan sembako kepada 11.000 warga sekitar pabrik Sampoerna dengan total 22.000 kg beras.

Merasa tidak maksimal dengan *brief* yang diberikan klien namun mengingat waktu yang singkat, tim Sampoerna beserta penulis kemudian menambahkan informasi tambahan dari *website* HM Sampoerna mengenai kegiatan-kegiatan CSR yang pernah dilakukan sebelumnya.

Setelah selesai, pembuatan *press release* dilanjutkan dengan *boiler plate* atau informasi mengenai perusahaan serta kontak pribadi *project manager* HM Sampoerna dari pihak Prasasta.

## 2. *Client Report*

Telah menjadi kewajiban Prasasta Reputation Management untuk memberikan laporan kepada klien terkait dengan semua publisitas mengenai kegiatan CSR yang dilakukan HM Sampoerna.

Seperti biasanya, kegiatan *media monitoring* dilakukan oleh pihak e-Prasasta. Data dari e-Prasasta kemudian diolah oleh penulis sehingga menghasilkan sebuah *client report* yang berisikan bagan-bagan serta penjelasan singkat, menarik dan mudah dipahami klien sesuai dengan arahan yang diberikan.

Berbeda dengan laporan untuk klien AMTI, *client report* HM Sampoerna ini sebatas laporan pemberitaan terkait kegiatan CSR di hari ulang tahun Sampoerna. Beberapa data yang ditampilkan sebatas *tonality*, kategori pemberitaan, tipe media dan kategori artikel dalam bagan dan narasi singkat. Sehingga demikian, dalam pembuatannya, *client report* hanya dibuat dalam bentuk *power point* yang disertai *file* terpisah hasil data excel dari e-Prasasta.

## 3.4 Kendala

### 3.4.1 Aliansi Masyarakat Tembakau Indonesia

Kendala yang dihadapi penulis dalam penyusunan *monthly report* AMTI ialah ketika terjadi perbedaan persepsi antara tim Prasasta Reputation Management dengan tim e-Prasasta terkait *tonality* dari sebuah berita yang menyebabkan kerancuan bagi pihak AMTI.

Selain itu, kendala yang ditemui penulis dalam mendukung kegiatan *media gathering* yang diselenggarakan pihak AMTI ialah mendapatkan konfirmasi kehadiran jurnalis di acara *media gathering* karena waktu pengundangan terlalu dekat dengan acara diselenggarakan. Hal ini menyebabkan jumlah jurnalis yang

hadir tidak memenuhi ekspektasi klien. Tidak hanya karena faktor waktu pengundangan, kurangnya koordinasi antara pihak Media Center AMTI dan tim Prasasta Reputation Management menyebabkan terjadi undangan ganda sehingga jurnalis yang seharusnya sudah bersedia datang harus dibatalkan.

### **3.4.2 TOP 1**

Penulis mendapatkan kendala dalam mengolah dan menyajikan hasil informasi yang telah didapatkan setelah melakukan kegiatan *media monitoring* dan riset kompetitor menjadi sebuah informasi yang menarik dan mudah dipahami pembacanya.

### **3.4.3 HM Sampoerna**

Kendala yang dialami penulis dalam menuliskan *press release* HM Sampoerna ialah keterbatasan waktu dan minimnya informasi dari pihak klien mengenai pesan kunci yang ingin disampaikan. Tidak adanya informasi mengenai tokoh penting yang akan hadir juga mengurangi nilai berita yang ada karena menurut Morris (2008:256), jurnalis pada dasarnya menyukai kutipan langsung dari tokoh-tokoh penting untuk dimuat dalam ulasan berita mereka. Guna memenuhi kebutuhan tersebut, kutipan langsung sebaiknya dimuat di halaman dan paragraph-paragraf awal. Namun demikian, pada *press release* yang penulis buat, informasi yang didapatkan sangat minim dan sulit mendapatkan akses informasi.

## **3.5 Solusi**

### **3.5.1 Aliansi Masyarakat Tembakau Indonesia**

Perlunya meningkatkan komunikasi dan koordinasi antara tim Prasasta Reputation Management dan tim e-Prasasta mengenai detil pemberitaan yang perlu dimonitor dan standar *tonality* suatu berita dianggap negatif maupun positif. Selain

meningkatkan komunikasi antara kedua belah pihak, tim Prasasta Reputation Management juga sebaiknya melakukan pemeriksaan ulang data hasil *media monitoring* sebelum diserahkan kepada klien yang bersangkutan.

Terkait dengan kegiatan *media relations*, sebaiknya dilakukan kegiatan membangun hubungan baik tidak hanya dengan para jurnalis melainkan juga dengan para redaktornya. Membangun hubungan dengan para redaktur perlu dilakukan karena dalam menyelenggarakan suatu kegiatan, perusahaan membutuhkan kehadiran media. Sementara dalam proses pengundangan media, praktisi PR lebih banyak berkomunikasi dengan jajaran redaktur yang menentukan penugasan para jurnalis setiap harinya.

Waktu pengundangan pun sebaiknya lebih diperhatikan mengingat padatnya jadwal pekerja media serta meningkatkan koordinasi dengan pihak *media center* AMTI sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

### **3.5.2 TOP 1**

Penulis diberikan banyak arahan terkait kendala yang dihadapi dalam pengolahan data oleh *senior advisor*. Arahan diberikan melalui contoh-contoh proposal dari kegiatan lain yang sudah memiliki *template-template* sesuai kebutuhan masing-masing klien.

Selain dari pihak perusahaan, mahasiswa perlu dibimbing dalam pengolahan data hasil riset di universitas sehingga mampu menjadi informasi yang menjawab kebutuhan klien maupun korporasi.

### **3.5.3 HM Sampoerna**

Perlunya meningkatkan koordinasi antara pihak Prasasta dengan klien terkait informasi yang dibutuhkan dalam menghasilkan siaran pers yang menarik dan memiliki *news value*. *Project manager* sebaiknya lebih proaktif dalam melakukan koordinasi secara langsung dengan klien terkait sehingga tidak melulu harus menunggu arahan dari *senior advisor*.