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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

4. Mengolala Pasca Event meliputi pembuatan laporan Evaluasi, Presentasi Evaluasi, Melakukan Media Monitoring, membuat Media Database untuk Media yang Hadir di saat Event berlangsung.
5. Mencari Sponsorship untuk Event guna *menssuport* Budget
6. Partnership dengan Media guna mendapatkan Barter berupa Publisitas

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penempatan kerja magang, disesuaikan dengan program studi yang di ambil oleh mahasiswa magang, yakni Program Didik Ilmu Komunikasi Jurusan Public *Relations*. Maka, penempatan kerja magang dan ruang

lingkup pekerjaan yakni di Divisi *Event and Sponsorship* sebagai *Public Relations*.

Selama berlangsungnya praktek kerja Magang, koordinasi dilakukan di bawah bimbingan Margareth selaku *Content and Movie Distributor Section Head Division* di Innoform Media dan Rizki Putri Perdana Selaku *Content and Distribution Officer* di Innoform Media. Penulis di tempatkan di posisi *Public Relations* di Innoform Media yang sebagian besar menangani *Media Relations* .

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam melaksanakan praktek kerja Magang selama 2 Bulan 2 Minggu, berbagai tugas dan aktivitas telah dilaksanakan oleh penulis yang dibimbing oleh pembimbing Magang. Tugas yang diberikan kepada penulis , mengarah kepada *Media Relations*. Berikut akan ditampilkan *Tabel Database* kegiatan *Media Relations* yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja Magang di Innoform Media.

Tabel 3.1 : Tabel Timeline Kegiatan Media Relations

KEGIATAN	MINGGU KE									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MEDIA MONITORING			√	√	√		√	√		
MENULIS & MENYEBAR PRESS RELEASE			√							
MEDIA VISIT		√								
MAKE MEDIA DATABASE					√	√	√	√		
UPDATE MEDIA DATABASE				√						
PRESS CONFERENCE			√							
PRESS CALLS	√									
PREPARATION FOR LAUNCHING									√	

(CONCEPT AND ATL)										
MAKE PRESENTATION SLIDE FOR LAUNCHING										√

3.3 Uraian Pelaksaan Praktek Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Seperti yang telah dijelaskan secara singkat, media relations ialah bagian dari fungsi Public Relations Eksternal yang mengembangkan dan membina hubungan yang baik dengan media , yang menjadi sarana bagi perusahaan dalam berkomunikasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan dari organisasi (Iriantara, 2008 : 32)

Banyak sekali aktivitas *media relations* yang biasanya dijalankan oleh perusahaan. Terlebih lagi, Iriantara (2008:53) mengatakan bahwa salah satu peran penting dari *Public Relations* adalaha melakukan aktivitas *Media Relations* yang merupakan bagian dari *Public Relations External* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi perusahaan dengan publik untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa aktivitas dari *media relations* ialah sebagai berkut;

1. *Press Conference*
   Press conference ialah serangkaian aktivitas terencana dimana media dipersilakan untuk memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak penyelenggara *press conference*. *Press Conference* dilakukan ketika memperkenalkan produk dan jasa baru, menginformasikan perkembangan perusahaan dikala terjadi krisis, memberikan informasi mengenai event yang akan diselenggarakan dan lainnya.
2. *Press Briefing*
   Suatu kegiatan untuk mengumpulkan rekan media di ruangan yang sama, untuk diberikan penjelasan mengenai suatu hal. Biasanya dilakukan sebelum acara inti diselenggarakan. Seperti memberikan

briefing atau arahan kepada media sebelum dipersilakan untuk meliput suatu konser.

3. *Press Gathering*

   Kegiatan berkumpul dengan media dengan tujuan beramah tamah dalam kondisi informal untuk merekatkan hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara perusahaan dengan media. Moment dari *press gathering* yang biasanya rutin dilakukan oleh perusahaan ialah mengundang rekan media untuk buka bersama dengan perusahaan di moment tahunan yakni bulan ramadhan.

4. *Press Visit* atau *Media Visit*

   Media visit ialah kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan dengan mengunjungi kantor media untuk menjalin kerjasama, memberikan informasi mengenai organisasi ataupun untuk mengetahui kerja media.

   Media visit merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan yang baik dan harmonis dengan media . kegiatan ini dapat mempererat hubungan perusahaan dengan media agar saling mengenal visi dan misi, dan kepentigan dari media sehingga memudahkan dalam upaya mendapatkan publisitas (Raafi, 2011 : 31`).

5. *Press Release*

   Thomas H Bivins (2008:4) menuliskan bahwa *All Public Relations writing attempts to establish positive relations between an organizations and its various publics, ussually through image-building techniques. Most writing in the real of public relations falls into two rather broad categories: uncontrolled information and controlled information.*

6. *Press Calls*

   Press calls adalah kegiatan lain yang juga dilakukan oleh para *Public Relations Officer*. *Press Calls* adalah kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berita kepada pekerja media dengan menggunakan telepon. (Darmastuti, 2012 :182).

7. *Media Monitoring*

   Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh perusahaan setiap hari untuk melihat bagaimana informasi yang sampai di masyarakat mengenai perusahaan. Sebelum ada media baru yakni internet, PRO

melakukan media monitoring dengan cara membuat kliping. Beberapa pemberitaan di media cetak digunting kemudian di tempel di atas kertas. Setelah selesai melakukan hal yang serupa kepada media-media yang dimonitoring, kliping tersebut di evaluasi untuk melihat *Public Relations value* yang kemudian akan dibahas pada setiap *weekly meeting*. Setelah hadirnya media baru, kegiatan *media monitoring* tetap dilakukan, tetepi dengan cara yang berbeda yakni melakukan *copy-paste* pemberitaan di kanal online atau dengan *screencapture*. Selebihnya dilakukan hal yang sama dengan media kliping yakni di evaluasi untuk melihat *Public Relations Value*-nya.

8. *Media Database*
   Sekumpulan informasi mengenai media yang nantinya kumpulan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalin hubungan yang formal maupun informal antara perusahaan dengan rekan media.
9. *Media Kit*
   Bahan tertulis mengenai perusahaan yang bisa berupa brosur, artikel, feature, ataupun proposal yang berisi informasi yang lengkap mengenai hal-hal yang ingin disampaikan oleh perusahaan.
10. *Press Tour*
    Merupakan kegiatan informal yang diselenggarakan perusahaan dalam rangka menjalin hubungan yang baik dengan media. Kegiatan tersebut bisa berupa mengajak wartawan untuk berkunjung ke salah satu tempat wisata dan membiarkan mereka untuk meliput segala kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan.

Sebagai promotor event, seharusnya Innoform Media melakukan semua aktivitas dari *media relations*. Namun, Innoform Media hanya melakukan beberapa saja dari aktivitas *media relations* di setiap event yang mereka selenggarakan. Aktivitas rutin sebelum Event ialah menulis dan menyebar *Press Release*, melakukan *Media Visit* dan *Press Calls*, melakukan *Press Briefing* sebelum menyelenggarakan *Press Conference*, dan melakukan evaluasi setelah Event berakhir.

Dari banyaknya kegiatan yang termasuk dalam *media relations*, dalam laporan kerja magang ini penulis memiliki tujuan untuk mengetahui aktivitas *media relations* Innoform Media sebagai promotor event. Namun, selama 2 minggu 2 bulan melakukan praktik kerja magang, penulis tidak mengerjakan semua kegiatan *media relations* yang biasa dikerjakan oleh seorang *Public Relations Officer*. Berikut uraian tugas mengenai *media relations* yang dikerjakan penulis selama menjalani praktek kerja magang :

1. *Media Monitoring*

Hubungan yang baik dengan media menguntungkan sebuah perusahaan dalam mendapatkan publisitas secara gratis. Yosal iriantara (2008:53) mengatakan bahwa salah satu peran penting dari *Public Relations* adalaha melakukan aktivitas *Media Relations* yang merupakan bagian dari *Public Relations External* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi perusahaan dengan publik untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dilakukannya *media monitoring* oleh divisi *Event and Sponsorship* di Innoform media, hanya dilakukan ketika selesainya konser Tomy Page sebagai event besar pertama yang diselenggarakan oleh Innoform Media sebagai promotor event. Media monitoring tersebut disampaikan saat *weekly meeting* untuk dievaluasi lebih lanjut.

Tugas yang dilakukan penulis ialah, melakukan *media monitoring* untuk media *online* mengenai beberapa publisitas mengenai perusahaan. Seperti Akuisisi PT. Linktone oleh MNC, Konser Peter Cetera, dan Konser Maher Zain yang diselenggarakan pada 2 Juli 2014. Penulis memasukan format *media monitoring* ke dalam tabel-tabel yang diarahkan oleh supervisor, yakni tabel yang berisi Nama Media, Tanggal Terbit, Screen Capture Media, dan Intonasi Berita (positif, negativ, netral). Kegiatan ini bertujuan untuk melihat topik berita apa yang mendominasi pemberitaan minggu ini dan intonasi apa yang dibuat oleh media.

Media yang dimonitoring terutama adalah media yang hadir di saat Event berlangsung. Pada saat *Press Conference* dan Konser Maher Zain, dihadiri oleh lebih dari 90 insan Media baik cetak, online, ataupun elektronik. Berdasarkan daftar hadir yang di isi oleh media tersebut, penulis melakukan media monitoring dengan melihat di situs online media tersebut. Beberapa media besar yang hadir dan meliput ialah Kompas, Okezone, TV ONE, Metro TV, Jak TV, Tabloid Cek& Ricek, Nova, Suara Pembaharuan, Republika Online, SINDO, Tempo, RCTI, Antara, Rilis Banten, Grazia, Aliansi Radio Islam, MNC TV, Detik.com , UMMI, Annida, Scarf Magazine, Inilah.com, Kabar24.com , High End , Elshinta, Sinar Pagi, Eramadina, Gohitzz.com , Sindo Trijaya, dan lainnya.

Media monitoring dilakukan hanya dengan memantau pemberitaan online sehingga dilakukan dengan cara *screen capture*, karena keterbatasan dalam mengumpulkan media cetak. Media yang sudah di *screencapture* dimasukan ke dalam format *media monitoring* untuk diberi intonasi negatif , positif, ataupun netral. Setelah itu laporan *media monitoring* di koordinasikan oleh Supervisor yakni Rizki Putri Perdana yang lebih memahami *media monitoring* untuk dievaluasi lebih lanjut. Sayangnya sampai penulis berakhir melakukan kerja lapangan, Supervisor Rizki Putri Perdana belum bisa mengajarkan penulis bagaimana evaluasi lebih lanjut untuk *media monitoring* karena kesibukan beliau. Supervisor cenderung membuat mahasiswa magang mandiri dengan membiarkan penulis untuk berinisiatif sendiri melakukan sesuatu tetapi kurang memberikan waktu untuk mengajarkan penulis mengenai tujuan dilakukannya kegiatan media database dan juga mereview apa yang sudah dikerjakan oleh penulis.

2. *Press Release*

Press Release/Siaran Pers adalah media yang paling banyak digunakan *Public Relations Officer* dalam rangka mendapatkan publisitas dari media massa. Thomas H Bivins (2008:4) menuliskan bahwa *All*

Public Relations writing attempts to establish positive relations between an organizations and its various publics, ussually through image-building techniques. Most writing in the real of public relations falls into two rather broad categories: uncontrolled information and controlled information.

Kegiatan media relations lain yang ditugaskan kepada penulis ialah membuat *Press Release*. Penulis tidak sepenuhnya membuat *Press Release* untuk *Press Conference* Konser Maher Zain pada tanggal 2 Juli 2014 yang akan dihadiri oleh Bapak Prabowo dan Bapak Hatta yang saat itu tengah berkampanye menjadi Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Republik Indonesia. Penulis hanya diminta untuk sedikit memberikan masukan dan saran mengenai Konsep *Press Release* yang sudah dibuat oleh Rizki Putri Perdana selaku Supervisor. Saran yang penulis ajukan ialah untuk menambahkan *Contact Person* di dalam *Press release* karena hal tersebut ialah point penting yang tidak boleh dilewatkan. Dari semua *Press Release* yang pernah disebar oleh Innoform Media selaku Promotor Event, hanya *Press Release* inilah yang baru mencantumkan *Contact Person*. Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk membuat point-point *Press release* yang baru dibuat secara konsep oleh supervisor untuk dijadikan ke dalam bentuk paragraf. Setelah dikoordinasikan lagi kepada supervisor, penulis ditugaskan untuk mengirimkan *Press Release* tersebut ke beberapa media melalui *email*. Media tersebut antara lain MNC, Kompas, Detik.com, Majalah Islam, Sindo Trijaya, Tempo, RCTI, Antara, Rilis Banten, Grazia, Aliansi Radio Islam , dan lainnya. *Press release* ini juga di *print out* untuk dibagikan langsung kepada media saat digelarnya *Press Conference* Konser Maher Zain di Hotel Four Seasons pada 1 Juli 2014.

3. *Media Database*

Innoform media sebagai promotor event harus memiliki media database untuk memudahkan aktivitas mereka untuk menjalin hubungan baik formal ataupun informal dengan media. Setelah meyakinkan

supervisor bahwa membuat media database adalah sesuatu yang penting, maka penulis membuat beberapa media database berdasarkan beberapa segmentasi media.

Media database yang telah dibuat penulis ialah media database dengan kategori Majalah Ibu Anak, Majalah Anak-anak, Majalah Islam, Media Lifestyle Wanita dan Pria Dewasa, Media Nasional, Majalah Remaja, dan Media Elektronik (Televisi dan Radio). Format dari media database tersebut berisi Nama Media, Alamat Kantor, Telepon Kantor, Email Kantor, dan juga Jenis Media tersebut. Setelah itu laporan media database di koordinasikan oleh Supervisor yakni Rizki Putri Perdana untuk dijadikan alat pembantu dalam mencari media yang akan di ajak bekerjasama untuk event berikutnya. Media database ini sangat membantu karena sampai penulis melakukan media database, Innoform Media belum memiliki media database sama sekali sehingga mereka kerap melakukan *searching google* jika ingin berhubungan dengan media yang mereka pilih.

4. *Press Conference*

Penulis berkesempatan untuk langsung menjadi team dalam menangani *Press Conference* Konser Maher Zain. *Press Conference* dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2014 , bertempat di Hotel Four Seasons (Prada Room*). Press conference* ini dihadiri oleh Maher Zain selaku penyanyi yang akan menggelar konser, Bapak Hatta Radjassa selaku calon wakil Presiden, CEO MNC Group Bapak Hary Tanoesoedibjo, Tantowi Yahya selaku Tim Sukses Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Prabowo- Hatta, dan lebih dari 70 media.

Pada saat diberlangsungkannya *Press Conference*, Penulis diberikan tugas untuk menjadi *Front Officer* dalam menerima rekan media. Setelah mendapatkan *Briefing* terlebih dahulu, penulis ditugaskan untuk memberikan *print out press release* kepada media yang datang, mempersilakan media untuk mengisi daftar hadir *press conference*, dan hanya diperkenankan untuk menjawab beberapa pertanyaan dari media.

Pertanyaan yang boleh dijawab oleh penulis hanya pertanyaan "Apa, Siapa, Kapan, dan Dimana". Jika pertanyaan yang diajukan oleh media sudah *overlap* dari apa yang dibriefing, maka penulis harus membawa media tersebut ke *Senior officer in charge* yang lebih berwenang yakni kepada Margareth dan Amel selaku *Senior Event Officer* dari Pihak Promotor yakni Innoform Media.

5. *Press Calls*

Press calls adalah kegiatan lain yang juga dilakukan oleh para Public Relations Officer. Press Calls adalah kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berita kepada pekerja media dengan menggunakan telepon. (Darmastuti, 2012 :182).

Innoform Media sebagai Promotor Event, kerap kali melakukan *Press Calls* ketika menjalin hubungan dengan media untuk tujuan *partnership*. Tidak ada kegiatan rutin atau frekuensi yang rutin untuk melakukan *Press Calls*. Dengan kata lain, *Press calls* hanya dilakukan ketika Innoform Media ingin menyelenggarakan event dan membutuhkan media sebagai *partnership*.

Hari pertama penulis melakukan kerja magang, supervisor langsung memberikan tugas untuk menelpon media dengan tujuan *partnership* dalam event yang dipromotori oleh Innoform media yang diselenggarakan di Grand Suarabya yakni event Shaun The Sheep the Championship. Setelah mencari apa saja media cetak yang bersegmentasi majalah Ibu dan Anak, maka media yang terpilih untuk di ajak bekerjasama ialah Majalah Ayah Bunda, Nakita, Nova, Parents Guide, Mom and Kiddie, dan Majalah Ibu Anak.

Selamat Siang Parents Indonesia,

saya Nur Setyaning Prioko selaku officer dari Innoform Media ,ingin menawarkan media partnering dengan meminta untuk memasang print ad.

adapun barter yang ingin kami tawarkan sebagai berikut

1. Diperkenankan untuk memasang logo majalah di okezone.com

2. Diperkenankan untuk menyebar sample majalah

3. Diperkenankan untuk memasang Exbanner.

Untuk lebih jelas mengenai Event tersebut. telah dilampirkan Proposal dalam bentuk Poster Point.

6. *Media Visit*

Membangun Hubungan yang baik dengan media bisa dilakukan dengan cara melakukan aktivitas *Media Visit*. *Media visit* ialah kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan dengan mengunjungi kantor media untuk menjalin kerjasama, memberikan informasi mengenai organisasi ataupun untuk mengetahui kerja media.

Media visit merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan yang baik dan harmonis dengan media . Kegiatan ini dapat mempererat hubungan perusahaan dengan media agar saling mengenal visi dan misi, dan kepentigan dari media sehingga memudahkan dalam upaya mendapatkan publisitas (Raafi, 2011 : 31`)

Kegiatan *media visit* bukanlah kegiatan rutin yang diprogramkan oleh perusahaan. Melainkan kegiatan *media relations* yang hanya dilakukan ketika event akan diselenggarakan. Biasanya, *media visit* ini dilakukan untuk mendapatkan *partnership* untuk menunjang publisitas mengenai event yang akan diselenggarakan.

Pada tanggal 24 Juni 2014, penulis ditemani oleh Anita Buchari selaku *Sponsorship and Event Manager* Innoform Media, berkunjung ke Gedung SINDO yang berada di Jalan Wahid Hasyim No. 38 , Jakarta Pusat 10340. Tujuan dari pertemuan tersebut ialah untuk bernegosiasi mengenai *media partnering* untuk *Event Shaun The*

Sheep di Grand City Surabaya yang dipromotori oleh Innoform Media. *Sponsorship and Event Manager* Innoform Media dan penulis bertemu dengan Kusmiyanto selaku *Business Development Section Head* dan Talitha Ramadaniar selaku *Business Development Staff*.

Dalam pertemuan tersebut, permasalahan yang dibahas ialah mengenai liputan mengenai event Shaun The Sheep yang diharapkan mendapat halaman sendiri di Koran Sindo. *Sponsorship and Event Manager* Innoform Media menerangkan apa saja yang keuntungan yang di dapatkan oleh kedua belah pihak. Penulis ditugaskan untuk menyiapkan BATNA apa saja yang akan dikemukakan ketika negosiasi. BATNA tersebut dicatat menjadi RED CARD yang berisi ;

1. Diperkenankan untuk memasang logo majalah di okezone.com
2. Diperkenankan untuk menyebar sample majalah
3. Diperkenankan untuk memasang Exbanner

Tidak hanya itu, saat *meeting* berlangsung penulis juga ditugaskan untuk mencatat point apa saja yang diinginkan kedua belah pihak.

7. *Launching Preparations*

Selain sebagai distributor TV Content dan juga promotor event, Innoform Media akan membuat satu program tambahan yakni Premiere Movie Channel yang hanya akan disiarkan di saluran TV berlangganan. Sadar akan adanya kompetitor besar yakni HBO, maka innoform media harus membuat *launching* yang berbeda agar mendapatkan publsitas yang tinggi sehingga menarik konsumer untuk mengganti channel nya dari HBO ke Innoform Media Premiere Movie Channel.

Secara garis besar, konsep *Launching* yang dipersiapkan oleh penulis bertema *Launching Party* dengan konsep program sebagai berikut;

1. Mengundang artis dan aktor Indonesia guna mendapatkan publisitas dari media massa

2. Mengundang para fashionista di instagram atau blog guna mendapatkan awareness

3. Menyeleksi media massa yang datang di acara launching, guna mendapatkan pemberitaan yang ekslusif

Setelah itu, laporan *slide presentasi launching* di koordinasikan oleh Supervisor yakni Rizki Putri Perdana untuk dipertimbangkan lebih lanjut.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Berikut penulis jabarkan apa saja kendala yang dihadapi penulis selama melakukan praktik kerja magang ;

- Media monitoring dilakukan hanya sebatas untuk melengkapi kegiatan Public Relations. Namun, hasil dari media monitoring tersebut tidak ditinjau lebih lanjut. Menurut penulis, hal ini membuat kegiatan media monitoring kurang efektif.

3.3.3 Solusi dari Kendala yang Ditemukan

Berikut penulis jabarkan solusi dari kendala yang dihadapi penulis selama melakukan praktik kerja magang ;

- PRO disarankan lebih memberikan perhatian kepada Media Monitoring karena dari kegiatan tersebut , perusahaan bisa membuat suatu penilaian ataupun suatu kesimpulan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan. Sehingga bisa melihat Public Relations Value.