

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Pada pelaksanaan Kerja Profesi (KP) yang dilakukan oleh Praktikan selama kurun waktu 3 bulan, Praktikan berkesempatan untuk dapat mengetahui pekerjaan dan kegiatan yang dilakukan seorang Praktisi *public relations*. Yang mana, menurut kutipan dari buku *Effective Public Relations* menyebutkan bahwa *public relations* adalah “Fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik” (Cutlip C. d., 2016). Dari penjelasan tersebut, praktisi *public relations* harus dapat menjaga hubungan yang baik dan bermanfaat, salah satu nya adalah hubungan yang baik dengan media.

- Pada kesempatan ini, Praktikan memiliki kegiatan utama yang dilakukan selama melakukan Kerja Profesi (KP) dan ditempatkan untuk membantu tim *media relations* yang juga turut berhubungan dengan tim *account* pada agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia*. Berikut adalah kegiatan utama Praktikan sebagai *media relations* dan beberapa kegiatan lainnya yang dilakukan oleh Praktikan selama melakukan Kerja Profesi (KP).

3.1.1 Media Relations

Media relations adalah salah satu bagian pekerjaan dalam perusahaan agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* yang berfokus pada kegiatan untuk menjalin hubungan dengan media terkait kebutuhan *brand* maupun perusahaan. Bagian ini memiliki peran yang terbilang cukup penting dalam perusahaan agensi *PR*, karena pada hakikatnya seorang praktisi *PR* akan menjalin hubungan internal maupun eksternal yang membutuhkan sebuah media untuk diperuntukan sebagai saluran atau cara penyampaian informasi kepada publik, media tersebut dipergunakan untuk menunjang kegiatan-kegiatan yang dilakukan seorang *PR* agar terlaksananya pesan yang dibentuk oleh seorang *PR* (murni, 2015). Oleh karena itu, menurut Yosali Iriantara dalam (murni, 2015) menyebutkan *media relations* menjadi bentuk komunikasi eksternal dari *PR* untuk

menjalin dan menguatkan hubungan antara kedua pihak yaitu media dan *PR* yang diharapkan dapat tercapainya tujuan yang diinginkan organisasi. Media *relations* seharusnya tidak dapat terpisahkan dari setiap perusahaan untuk dapat memberikan beragam keperluan informasi kepada publik. Seperti pernyataan berikut yang dikutip dari *everything-pr.com*:

“Hubungan media dapat digambarkan sebagai interaksi perusahaan dengan editor, reporter, dan jurnalis. Media tersebut dapat berupa surat kabar, radio, televisi dan *internet*. Tujuannya adalah untuk mengomunikasikan pesan, cerita, atau informasi klien yang layak diberitakan menggunakan media yang sesuai. Sebagai spesialis hubungan media yang efektif, penting untuk bekerja sama dengan media dan bukan melawan media. Mengembangkan siapa yang mungkin ingin mendengar apa yang Anda katakan, dapat memberi klien Anda akses yang tak ternilai ke publik” (obrien, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui jika media *relations* mencakup berbagai macam hubungan yang terjalin dengan media yang diperuntukan untuk dapat menjadi medium penyampaian pesan dari tim *public relation*. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan media, maka organisasi maupun klien dapat mendapatkan 4 dampak yang menguntungkan seperti membangun *brand awareness*, mengendalikan krisis, meningkatkan kredibilitas dan publisitas media (3epr, 2019).

Yang pertama, Membangun *brand awareness* adalah suatu hal yang dibutuhkan dan juga menjadi fokus perusahaan untuk dapat mengembangkan maupun memiliki keuntungan tersendiri terhadap produk serta perusahaan di tengah masyarakat. Memberikan informasi dan gambaran mengenai produk maupun kampanye yang dilakukan perusahaan adalah hal yang utama untuk membangun kesadaran publik terhadap hal-hal yang menjadi tujuan dari komunikasi yang dilakukan. Hal tersebut dapat tercapai maksimal dengan melibatkan media *relations* sebagai medium untuk membangun *brand awareness* yang diinginkan organisasi maupun *brand*.

Yang kedua, media *relations* dapat mengendalikan krisis yang sewaktu-waktu dapat terjadi pada setiap perusahaan maupun klien. Media adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk memberikan informasi yang benar, transparan, dan menyeluruh terhadap isu-isu yang bisa saja terjadi dan menimpa organisasi maupun *brand*. Menjaga hubungan yang baik dengan media dapat dengan cepat dan tepat menyelesaikan juga meluruskan isu-isu yang berkembang kepada publik. Dengan begitu, praktisi media *relations* dapat dengan cepat memberikan kejelasan kepada media, sehingga media dapat meluruskan kembali isu-isu yang menimpa organisasi maupun *brand* dan memberikan informasi positif kepada rekan media yang akan disampaikan kepada publik.

Yang ketiga, setiap organisasi maupun *brand* memiliki kebutuhan untuk meningkatkan kredibilitas produk maupun informasi yang disampaikan kepada publik agar dapat mempunyai kredibilitas terhadap kepercayaan publik dengan produk. Perusahaan yang sudah maju maupun perusahaan yang terbilang baru dapat memberikan kredibilitas yang dibutuhkan publik melalui berbagai macam cara. Yang mana, salah satunya adalah dengan media *relations* yang baik untuk memungkinkan organisasi maupun *brand* mendapatkan juga memberikan informasi yang positif dan berguna untuk menaikkan kredibilitas organisasi maupun *brand*.

Yang terakhir adalah publisitas, dengan menjaga media *relations* yang baik dapat memberikan dampak yang menguntungkan kepada organisasi dan *brand*. Media, klien, dan agensi adalah bagian-bagian yang saling membutuhkan satu dengan yang lainnya. Informasi yang ada tidak selalu diberikan kepada media, tetapi juga dapat dihasilkan dari media *relations* yang baik sehingga menghasilkan informasi yang organik (tanpa berbayar) atau yang datang dengan sendirinya dan diberikan kepada publik. Hal tersebut dapat datang dengan liputan media yang sudah memiliki hubungan yang baik sehingga memungkinkan informasi dapat dikemas dan diberikan kepada publik secara cuma-cuma.

Berbagai pengertian di atas dapat memberikan penjelasan mengenai pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan media untuk mendapatkan kemudahan untuk organisasi maupun *brand* agar dapat terus

memberikan informasi yang positif untuk kepentingan-kepentingan bersama terhadap pesan yang disampaikan kepada publik.

3.1.1.1 Media *Event Handling*

Media event handling merupakan tugas *PR* yaitu acara spesial yang dilakukan seorang praktisi *public relations* khususnya pada divisi *media relations* yang memiliki tujuan untuk dapat menyelenggarakan dan mengumpulkan beberapa rekan media pada acara tertentu yang sudah dipersiapkan dan juga direncanakan yaitu seperti contoh *launching* produk terbaru, sesi tanya jawab media terhadap produk baru yang diperuntukan untuk memberikan informasi dari klien kepada rekan media dan disebarkan kepada publik (Cutlip C. B., 2006). *Event* dapat berupa beragam kegiatan yang tergantung dari kebutuhan penyelenggara dalam pembuatan acara khusus dan memiliki pengertian, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan dengan terencana dan memiliki tujuan tertentu (noor, 2021).

Dalam membuat *media event handling*, tim *media relations* Hill+Knowlton Strategies Indonesia membuat beberapa perencanaan dan konsep acara yang akan berlangsung. Beberapa perencanaan awal yang dipersiapkan adalah seperti:

a) Riset

Pada tahapan ini, tim akan melakukan riset sebagai tugas *PR* untuk keperluan mengumpulkan data terkait kebutuhan *PR* (Cutlip C. B., 2006). Riset dilakukan untuk mencari tahu seperti berbagai acara atau kegiatan yang telah dilakukan oleh beberapa perusahaan sejenis agar mendapat gambaran yang dapat direalisasikan untuk menjadikan acara yang dibuat untuk klien dapat terselenggara dengan baik. Melakukan riset juga dapat menganalisa terhadap situasi yang ada pada lingkungan sekitar maupun acara yang memiliki tujuan serupa. Tahapan tersebut dapat menentukan *benchmark* yang dapat membandingkan suatu kegiatan yang akan dibuat dengan kegiatan-kegiatan lain yang sudah ada agar mendapatkan gambaran yang dapat dianalisa sebagai tolak ukur dalam membuat program maupun acara serupa. Hal ini sejalan dan

dijelaskan dalam mata kuliah Strategi dan Taktik *Public Relations* (smith, 2017).

b) Rapat

Pada tahapan ini, agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia bersama klien akan melakukan rapat untuk membuat acara media *event handling* yang dilakukan secara rutin maupun sesuai kebutuhan. Rapat yang dilakukan juga dapat dilakukan dengan klien maupun secara *internal* bersama tim H+K.

c) Mengirimkan Undangan Kepada Media

Pada tahapan ini, agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia menentukan undangan untuk rekan media yang akan hadir pada acara yang akan berlangsung. Undangan diberikan secara *online* melalui *email* serta pesan *whatsapp* dan undangan secara fisik yang dapat berupa *hampers* untuk rekan media.

d) *Follow-Up* Undangan Media

Pada tahapan ini, agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia akan mengingatkan rekan media yang ada pada daftar undangan untuk mengingat kembali tanggal dan acara yang akan berlangsung. *Follow-up* yang dilakukan oleh tim media *relations* menggunakan *email* dan pesan singkat *whatsapp*.

e) Kehadiran Media

Pada tahapan ini, agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia memantau kehadiran rekan media pada acara. Tim media *relations* memastikan kembali kehadiran undangan rekan media hadir pada acara yang berlangsung dan sesuai dengan undangan yang diberikan untuk diberikan laporan kepada klien.

f) *Press Release* Untuk Media

Pada tahapan ini, agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia mempersiapkan *press release* yang akan diberikan kepada media untuk menjadi panduan informasi yang dijadikan sebuah berita dan akan dipublikasikan melalui beberapa media. Tim media *relations* mempersiapkan dokumentasi acara dan beberapa aset foto yang diperuntukan untuk mendukung pesan yang akan

disampaikan oleh rekan media. *Press release* yang dibuat oleh agensi *PR Hill+knowlton Strategies Indonesia* sesuai dengan format penulisan yang dijelaskan pada buku *Public Relations Writing Form & Style* (Haynes, 2011).

Beberapa perencanaan di atas, merupakan kegiatan *public relations* khususnya pada tim media *relations* di agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* dalam kegiatan media *event handling* yang melibatkan rekan media untuk bergabung pada acara yang telah direncanakan untuk kepentingan produk yang ingin disampaikan kepada media.

3.1.1.2 Media Monitoring

Media *monitoring* merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk melihat maupun mengawasi pesan-pesan atau informasi yang diberitakan oleh rekan media yang dapat berupa media televisi, cetak, massa, radio, dan *online*. Kegiatan media *monitoring* menjadi kegiatan yang sering digunakan untuk melihat narasi dari pemberitaan media terhadap lembaga pemerintah, perusahaan, *brand* dan berbagai macam organisasi untuk mengetahui bagaimana pandangan media terhadap pemberitaan yang disebarkan secara menyeluruh ke publik yang akan memberikan gambaran dari pandangan publik terhadap perusahaan, lembaga, dan organisasi tertentu (kumparan, 2018).

Dalam melakukan media *monitoring*, tim media *relations* dari agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* melakukan beberapa pemantauan dari narasi pemberitaan media yang dipublikasikan oleh rekan media dan dituliskan pada setiap media yang telah disebarkan kepada publik. *Monitoring* yang dilakukan oleh tim media *relations* dilakukan ketika acara selesai dan beberapa rekan media dari berbagai macam media menuliskan artikel pemberitaannya pada kanal berita *online*. Tim akan mencari artikel pemberitaan yang dituliskan setelah acara selesai untuk *dimonitoring*. Dalam hal ini, Praktikan melakukan *monitoring* terhadap pemberitaan media *online* setelah acara selesai. Beberapa cara yang dilakukan dalam media *monitoring* adalah seperti:

a) Tanggal

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat tanggal pemberitaan media yang membuat artikel pemberitaan pada kolom format *monitoring*.

b) Media *Outlet*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat nama media yang membuat artikel pemberitaan.

c) Media *Type*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat jenis media yang membuat artikel pemberitaan. Seperti media *online* ataupun cetak.

d) *Category*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat *category* media yang membuat artikel pemberitaan. Seperti informasi yang dipublikasikan sesuai dengan *press release* tertentu.

e) Media *Tier*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat tingkatan media yang membuat artikel pemberitaan. Seperti media dengan tingkat 1, 2, ataupun 3.

f) Media *Desk*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat jenis media yang membuat artikel pemberitaan. Seperti media dengan pemberitaan seperti contoh *general*, teknologi, dan otomotif. Hal tersebut juga dapat tergantung dengan klien yang bergerak dalam bidang tertentu.

g) *Product*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat jenis produk yang diberitakan rekan media pada artikel pemberitaan. Produk yang dicatat adalah mengenai nama produk dari informasi yang disampaikan kepada media.

h) *Headline*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat judul dari artikel pemberitaan yang dibuat oleh rekan media sesuai dengan penulisan yang diberitakan rekan media.

i) *Tone*

Pada tahap ini, tim media *relations* akan mencatat pesan pemberitaan pada setiap artikel yang dibuat oleh rekan media. Seperti pemberitaan yang memiliki pesan positif, netral, maupun negatif yang dicatat pada kolom sesuai dengan isi dari pemberitaan yang dibuat rekan media.

j) *Key Message*

Pada tahap ini, tim media *relations* mencatat keseluruhan artikel yang dibuat oleh rekan media, tim media *relations* memastikan artikel yang dibuat memiliki pesan-pesan yang sudah sesuai dengan isi pesan yang dipersiapkan muncul pada setiap artikel yang dibuat.

Beberapa cara di atas adalah urutan yang dilakukan oleh tim media *relations* dari agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia dalam melakukan media *monitoring* untuk keperluan pemantauan pemberitaan yang terbit pada beberapa media *online* yang menuliskan artikel atau informasi kepada publik melalui berbagai jenis media yang melakukan publikasi kepada publik untuk dilihat dan dicatat dalam format *monitoring*.

3.1.1.3 Media Reporting

Pembuatan laporan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh tim media *relations* pada agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia. Tahapan ini diperuntukan untuk memberikan analisa dari pemberitaan maupun isi pesan yang dituliskan melalui berbagai macam media yang telah dipublikasi.

Dalam pembuatan laporan dari hasil penyampaian pesan dengan beberapa rekan media ada beberapa hal yang dilaporkan kepada klien, yang mana di antaranya adalah:

a) *Summary*

Pada tahap ini, tim media *relations* melaporkan keseluruhan laporan mengenai jumlah media yang telah membuat artikel mengenai organisasi maupun *brand* tertentu kepada klien.

b) *Feature Hits*

Pada tahap ini, tim media *relations* melaporkan keseluruhan data yang dihasilkan dari pemberitaan ataupun pesan-pesan yang disampaikan oleh media terhadap organisasi ataupun *brand*.

c) *Journalist Feedback*

Pada tahap ini, tim media *relations* melaporkan pernyataan jurnalis mengenai acara yang berlangsung pada *launching* produk maupun kegiatan tertentu yang melibatkan rekan media kepada klien.

d) *Media Q&A*

Pada tahap ini, tim media *relations* melaporkan beragam pertanyaan media ataupun jurnalis yang hadir pada acara untuk dilaporkan kepada klien.

e) *Higlighted Media Coverage*

Pada tahap ini, tim media *relations* melaporkan contoh dari beberapa media yang telah membuat artikel dan telah di publikasi.

f) *Coverage Reports*

Pada tahap ini, tim media *relations* melaporkan keseluruhan data dari beberapa media yang telah *release* kepada klien.

Beberapa tahapan laporan di atas merupakan kegiatan yang dilakukan oleh tim media *relations* agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* mengenai cara bagaimana klien mendapatkan informasi terhadap perkembangan maupun ketepatan isi pesan yang disampaikan kepada publik melalui berbagai media.

3.1.2 *Design Infographic*

Pembuatan desain adalah pekerjaan yang terdapat pada agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* sebagai tugas *PR* yaitu produksi (Cutlip C. B., 2006) yang bertujuan untuk membuat berbagai macam cara komunikasi secara *visual* berupa gambar yang menarik maupun kreatif untuk mendukung kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh tim *public*

relations khususnya tim media *relations*. Menurut Bruce Nussbaum, *Professor of Innovation and Design di Parsons the New School of Design New York* menyatakan bahwa sebuah desain diperuntukan untuk dapat membantu memberikan suatu perbedaan ataupun inovasi dalam penyampaian informasi berupa visual yang dipergunakan dalam beragam kegiatan bisnis maupun industri (detik.com, 2021).

Dari penjelasan tersebut, desain sebuah pesan menggunakan gambar secara *visual* dapat memberikan keunikan tersendiri dari penyampain pesan komunikasi yang akan ditampilkan kepada publik sehingga dapat memberikan ketertarikan tertentu dalam kegiatan bisnis maupun industri. Praktikan mendapatkan kesempatan untuk membuat ulang desain infografis dari sebuah *brand* teknologi. Yang mana, dalam pembuatan infografis memiliki beberapa tahapan dalam pembuatannya. Tahapan tersebut di antaranya adalah:

a) Perencanaan

Pada tahap ini, tim media *relations* merencanakan pembuatan desain *visual* berbentuk infografis untuk keperluan komunikasi yang dibutuhkan oleh klien.

b) Pembuatan

Pada tahap ini, tim media *relations* melakukan pembuatan desain *visual* berbentuk infografis dari saran yang diminta dan diinginkan oleh klien.

c) Publikasi

Pada tahap ini, tim media *relations* melakukan penyebaran desain yang telah dibuat kepada rekan media untuk dijadikan artikel terkait kebutuhan komunikasi klien kepada media.

Beberapa pekerjaan di atas merupakan tahapan yang dilakukan tim media *relations* dalam membuat desain untuk keperluan komunikasi yang dilakukan untuk membuat sebuah infografis yang disesuaikan dengan kebutuhan maupun permintaan klien.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan Kerja Profesi (KP) di agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia*, Praktikan berkesempatan untuk turut ikut berpartisipasi membantu beberapa kebutuhan klien dari agensi tempat Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP). Selama melakukan Kerja Profesi (KP) Praktikan membantu dan diajari pembimbing kerja pada beberapa kebutuhan klien terkait media *relations*. Yang mana, klien yang bekerjasama dengan tempat Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) di antaranya adalah dari Perusahaan Teknologi, Perusahaan Telekomunikasi, Perusahaan *FMCG*, dan Perusahaan Otomotif. Praktikan membantu beberapa kebutuhan klien tersebut dalam kegiatan media *relations* yang diberikan kepada Praktikan.

3.2.1 Media Relations

Praktikan melakukan berbagai kegiatan Kerja Profesi (KP) yang berkaitan dengan media *relations* pada agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia*. Kegiatan media *relations* yang praktikan jalani selama berkesempatan melakukan kegiatan Kerja Profesi (KP) terbilang cukup sering terutama terkait dengan media *monitoring*. Praktikan melakukan berbagai kegiatan kerja sebagai media *relations* diajari terlebih dahulu dengan beberapa pembimbing kerja untuk membantu Praktikan dalam melakukan pekerjaan yang dibutuhkan agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia*. Praktikan melakukan praktek Kerja Profesi (KP) setiap harinya dari hari Senin sampai dengan Jumat dan waktu kerja dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB.

Selama masa Kerja Profesi (KP), Praktikan diberikan kesempatan untuk melakukan berbagai kegiatan terkait media *relations* dari tahapan awal sampai dengan analisa akhir yaitu laporan beberapa data terkait *release* media yang dituliskan rekan media dan dipublikasikan melalui beragam berita media *online* yang dibutuhkan oleh klien. Praktikan membantu dan belajar dari beberapa kegiatan yang dilakukan beberapa klien khususnya pada Perusahaan Teknologi, Perusahaan Otomotif, dan Perusahaan Telekomunikasi yang memiliki beberapa produk baru seperti *smartphone*, *motorcycle*, dan *telecommunications*. Kerja Profesi (KP) yang

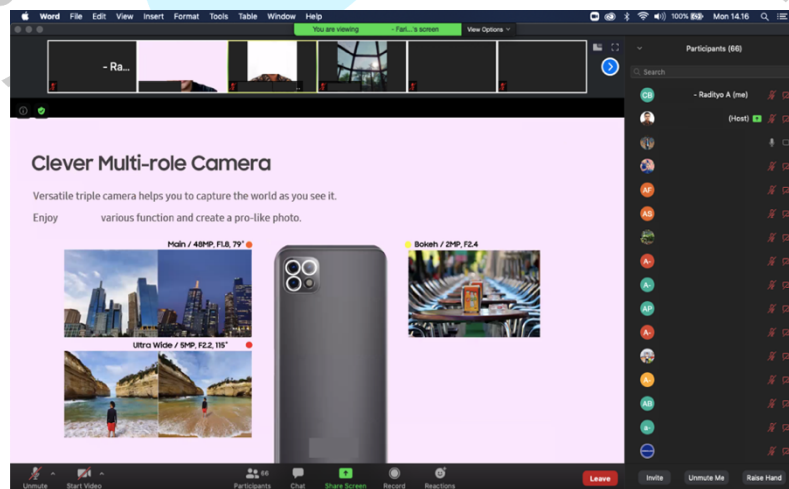
Praktikan lakukan dari beberapa perusahaan tersebut berupa kegiatan-kegiatan acara dengan rekan media, *monitoring* artikel yang telah dipublikasi media, dan melakukan laporan hasil dari kegiatan media tersebut. Selain itu, Praktikan juga berkesempatan untuk turut membuat desain ulang infografis sebagai informasi yang disediakan untuk keperluan aset *release* untuk rekan media.

3.2.1.1 Media Event Handling

Media *event handling* adalah kegiatan yang dilakukan oleh praktisi *public relations*, khusus nya tim media *relations* di agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia*. Dalam membuat suatu acara pastinya dibutuhkan beberapa hal yang dipersiapkan untuk dapat membuat dan menjalankan acara agar mendapat gambaran sehingga acara sesuai dengan rencana.

Pada pekerjaan ini, selama masa Kerja Profesi (KP) yang telah

- Praktikan lakukan, Praktikan dapat membantu beberapa pekerjaan, yang mana di antaranya seperti pada acara produk *launching* dari klien tempat Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP). Pembuatan produk *launching* ini diperuntukan untuk dapat mengenalkan produk baru dengan sumber yang terpercaya dan beberapa informasi fitur unggulan dari *smartphone* dan mengundang media untuk dapat memberikan informasi kepada publik terkait produk baru yang dimiliki sehingga dapat memberikan pesan kepada publik melalui media terhadap produk baru yang dimiliki tersebut.



Gambar 3.1 Virtual Product Launch

Pada gambar 3.1 merupakan media *event handling* yang dilakukan pada acara produk *launching smartphone* salah satu Perusahaan Teknologi yang berada di Indonesia pada tanggal 28 Juni 2021 yang berlangsung secara *online* menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Pada acara tersebut dihadiri oleh rekan jurnalis dari beragam media. Untuk melakukan acara-acara seperti pada gambar, tentunya perlu beberapa persiapan yang direncanakan oleh tim media *relations*. Dalam hal ini, Praktikan melakukan beberapa pekerjaan yang diberikan untuk dapat membantu acara-acara terkait media *relations*. Yang mana diantaranya adalah seperti:

a) Riset

Sebelum membuat suatu acara, riset adalah hal yang dilakukan untuk dapat mengetahui bagaimana acara-acara sejenis dilakukan sebagai referensi pembuatan acara tertentu sebagai *benchmarking* mengenai kegiatan dari acara sejenis yang pernah dilakukan untuk dapat memberikan satu inovasi yang berbeda. Pada kesempatan ini, Praktikan diberikan pekerjaan oleh pembimbing kerja untuk melakukan riset acara dari produk kompetitor dalam melakukan *launching* produk mereka secara *virtual*. Praktikan melakukan pencarian data pada 2 kompetitor *brand* teknologi yang memiliki *smartphone*, yaitu Pocco dan Oppo dalam melakukan *launching* produk. Riset yang Praktikan lakukan menggunakan *youtube* dengan mengetik *keyword product launching Pocco* dan *product launching Oppo*. Setelah melakukan pencarian, Praktikan menemukan beberapa produk *launching* dari 2 *brand* tersebut yaitu peluncuran POCCO X3 PRO 'The Beast Has Risen' dan Oppo Reno 5 Series Exclusive Online Launch Event 'Picture Live Together'. Selain melakukan riset pada acara *launching* yang dilakukan oleh kompetitor, Praktikan juga mendapat pekerjaan untuk mencari data terkait dengan pesan unggulan yang dikomunikasikan kompetitor melalui berita media *online*. Praktikan mencari data terkait 3 produk *smartphone* kompetitor, yang mana di antaranya adalah produk *smartphone* kompetitor pertama yaitu Poco F3 5G yang

menyebutkan produk tersebut adalah "*Flagship Killer*" serta memiliki pesan yang disampaikan kepada media bahwa Poco F3 5G hadir dengan spesifikasi mumpuni yang dibanderol dengan harga kelas menengah dan memiliki fitur *Snapdragon* 870 yang termasuk dalam kategori *premium* yang dibanderol dengan harga sekitar 5 jutaan. Kompetitor kedua yaitu Oppo Reno 6 5G yang menyebutkan produk tersebut adalah "*Forgotten Emotion*" serta memiliki pesan yang disampaikan kepada media bahwa Oppo Reno 6 5G mengandalkan kemampuan kamera yang dibekali berbagai fitur pada *smartphone* terbarunya dan memperkenalkan *portrait* video yang dilengkapi dengan fitur unggulan yang menangkap emosi melalui video dengan baik seperti "*Bokeh Flare*", *Potrait*, dan *Video Highlight*. Kompetitor ketiga yaitu Realme GT Master Edition yang menyebutkan produk tersebut adalah "*Mastery Beyond Speed*" serta memiliki pesan yang disampaikan kepada media bahwa Realme GT Master Edition hadir dengan desain *stylish* dari desainer negara Jepang yang bernama Naoto Fukusawa dan menghadirkan *smartphone* 5G pertama yang menggunakan prosesor *Snapdragon* 778G. Praktikan mencari beberapa data tersebut menggunakan *search engine google* untuk mencari berita media *online* terkait 3 produk kompetitor dan akun *instagram* resmi dari produk tersebut dengan menggunakan *keyword* dari beberapa nama produk kompetitor tersebut. Dari hasil pencarian yang Praktikan temukan, selanjutnya Praktikan menyusun beberapa bagian *slide online* yang diberikan oleh pembimbing kerja beserta *link* dari produk kompetitor kepada pembimbing kerja.

b) Rapat

Untuk mengetahui perkembangan dan menjaga komunikasi yang baik dengan klien, tim media *relations* Hill+Knowlton Strategies Indonesia melakukan *Weekly in Progress (WIPS)* yang berlangsung 1 kali setiap minggu atau sesuai dengan kebutuhan tertentu dengan durasi waktu kurang lebih 60 menit

pada setiap agenda *meeting* bersama klien. *WIPS* dilakukan menggunakan aplikasi *zoom meeting* atau aplikasi video *conference* lainnya. *WIPS* dilakukan secara internal maupun eksternal dengan klien dan setiap *WIPS* memiliki agenda pembahasan yang akan dibahas terkait media *relations*. Pada pekerjaan ini, Praktikan diberi pekerjaan untuk mencatat *Minutes of Meeting (MoM)* *WIPS* yang dilakukan tim media *relations* agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* bersama klien yang bergerak pada bidang Telekomunikasi. Praktikan mendapatkan arahan terlebih dahulu dan diajarkan untuk membuat *MoM* sesuai dengan format penulisan yang sudah diajarkan oleh pembimbing kerja. Format yang Praktikan kerjakan untuk melakukan *MoM* adalah dengan mencatat kebutuhan klien, lalu perkembangan pekerjaan, dan apa langkah atau pekerjaan selanjutnya untuk tim media *relations* H+K kedepannya. Setelah rapat selesai, Praktikan membaca kembali apa saja yang menjadi poin utama dalam rapat untuk dapat dituliskan pada *MoM* dan setelah itu Praktikan memberikan *MoM* yang sudah tersusun sesuai format kepada pembimbing kerja melalui *chat whatsapp* ataupun *email*.

c) Mengirimkan Undangan Kepada Media

Sebelum acara dengan rekan media berlangsung, tim media *relations* agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* mempersiapkan data beberapa media terkait dengan acara yang akan berlangsung. Seperti pada acara *launching* produk baru dari Perusahaan Otomotif, tim media *relations* membuat daftar media yang memungkinkan akan diundang dalam acara. Secara khusus, tim media *relations* memasukan daftar media yang dapat menuliskan konten mengenai otomotif dan juga beberapa media umum lainnya dalam undangan acara. Dalam pekerjaan ini, Praktikan diberikan pekerjaan untuk memberikan undangan acara yang akan berlangsung kepada kurang lebih 200 media yang ada pada *master data* media yang diberikan pembimbing kerja kepada Praktikan melalui *spreadsheet online*

yang berisi nomor telpon serta alamat *email* yang dapat Praktikan hubungi. Selanjutnya Praktikan menghubungi melalui *email* dan juga pesan singkat *whatsapp* dengan *wording* konfirmasi yang telah disiapkan oleh pembimbing kerja. Pada tahap ini, Praktikan *dibriefing* pembimbing kerja untuk terlebih dahulu menghubungi rekan media agar menanyakan kelengkapan informasi kontak yang dimiliki rekan media seperti nama, asal media, nomor telpon, alamat rumah, dan *email* yang dimiliki rekan media untuk dikonfirmasi ulang ke beberapa rekan media yang belum melengkapi informasi dengan lengkap pada kolom *master data* media yang dimiliki tim media *relations* untuk keperluan memberikan *hampers* (Baju) yang diberikan dari klien untuk digunakan saat acara tiba. Setelah Praktikan selesai mengkonfirmasi beberapa kontak rekan media terkait data yang diperlukan, selanjutnya Praktikan diberikan *wording* undangan acara *launching* produk baru dari Perusahaan Otomotif yang akan Praktikan kirimkan melalui *email* dan *personal chat whatsapp*. Ketika selesai memberikan undangan ke semua media dan jurnalis yang ada pada *master data* media. Praktikan memberikan laporan kembali kepada pembimbing kerja bahwa media yang ada pada *master data* sudah Praktikan hubungi dan jika ada pertanyaan dari rekan media, Praktikan akan memberikan informasi awal dengan menuliskan pesan kepada rekan media bahwa pertanyaan nya akan Praktikan tanyakan terlebih dahulu dengan *internal* tim yang selanjutnya atasan Praktikan yang akan mendata pertanyaan dan menghubungi rekan media yang bertanya terkait beberapa pertanyaan yang ditanyakan rekan media.

d) *Follow Up* Undangan Media

Medekati acara yang akan berlangsung perihal *launching* produk baru pada Perusahaan Otomotif, tim media *relations* kembali menghubungi beberapa rekan media undangan untuk mengingatkan kembali undangan yang telah diberikan untuk acara yang akan berlangsung. Pada pekerjaan ini, Praktikan

diberikan pekerjaan untuk menghubungi kembali beberapa rekan media melalui *email* dan pesan singkat *whatsapp*. Selain itu, Praktikan juga menanyakan konfirmasi kepada beberapa rekan media untuk memastikan dapat hadir dalam acara yang akan datang. Praktikan menanyakan satu persatu rekan media yang ada pada master data undangan media dan memberikan tanda konfirmasi '*confirmed*' jika ada media yang telah menyatakan bersedia akan hadir. Lalu praktikan juga mengosongkan kolom jika ada rekan media yang belum bisa memastikan kehadirannya ataupun belum menjawab pesan yang Praktikan sampaikan terkait undangan untuk mengikuti acara yang akan datang. Selanjutnya, setelah semua data *list* undangan telah Praktikan lakukan konfirmasi ulang, Praktikan memberikan informasi kembali kepada pembimbing kerja Praktikan mengenai konfirmasi media yang pasti hadir maupun masih dapat berubah.

e) Kehadiran Media

Pada hari pelaksanaan acara, tim media *relations* mendata kembali rekan media yang hadir dalam acara. Pada pekerjaan ini, Praktikan melakukan pendataan kehadiran rekan media pada acara kampanye yang dilakukan Perusahaan *FMCG*. Praktikan mencatat nama-nama rekan media yang hadir. Praktikan mendata rekan media pada *form online google* yang diberikan pembimbing kerja kepada Praktikan dan setelah itu, ketika acara selesai Praktikan memberikan data kehadiran rekan media yang hadir dan juga *screenshot* kolom *participants* pada *zoom meeting*. Jumlah total media yang hadir dan tidak hadir selanjutnya didata kembali sesuai dengan data undangan yang sebelumnya dibuat tim media *relations*. Praktikan melaporkan data kehadiran tersebut kepada pembimbing kerja untuk selanjutnya dilaporkan kepada klien jumlah rekan media yang hadir pada acara.

f) *Press Release* Untuk Media

Tim media *relations* mempersiapkan *press release* untuk keperluan informasi sebagai acuan rekan media dalam pembuatan pesan yang akan dipublikasi. Pada kesempatan ini, Praktikan diberikan kesempatan untuk membuat salah satu *press release* Perusahaan Teknologi untuk mentranslate dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia untuk dijadikan acuan. Praktikan diajarkan oleh pembimbing kerja bagaimana membuat *press release* dan mendapatkan acuan dari *press release* sebelumnya yang telah dibuat. Acuan Praktikan adalah *press release* yang diberikan menggunakan bahasa Inggris dan Praktikan lakukan penerjemahan menggunakan bahasa Indonesia dengan merubah dan menyesuaikan kembali dengan kata-kata yang cocok atau sesuai ketika akan dibaca. Praktikan melakukan hal tersebut dengan format yang telah diberikan pembimbing kerja. Yang mana, format tersebut sesuai dengan pengalaman Praktikan dalam membuat *press release* pada kelas penulisan *PR* yang mengacu pada buku *Public Relations Writing Form & Style*, setelah Praktikan mencoba membuat *press release* dari acuan yang telah diberikan sebelumnya, selanjutnya Praktikan informasikan kepada pembimbing kerja hasil dari pekerjaan yang telah Praktikan lakukan. Setelah itu pembimbing kerja akan mereview pekerjaan Praktikan dan memberikan beberapa revisi dan masukan terkait gaya penulisan. Setelah selesai melakukan revisi, pembimbing kerja memberikan *draft press release* kepada klien.

Beberapa pekerjaan diatas adalah pekerjaan yang Praktikan lakukan selama membantu dan belajar pada tim media *relations* di agensi *PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia* dalam membantu pekerjaan khususnya dalam pekerjaan media *event handling*.

3.2.1.2 Media Monitoring

Media monitoring adalah pekerjaan yang dilakukan oleh tim media relations untuk mengetahui maupun menganalisa pesan pemberitaan yang diberikan media terhadap organisasi ataupun produk tertentu. Agensi PR Hill+knowlton Strategies Indonesia melakukan beberapa monitoring pemberitaan berita media online, yang mana untuk melakukan monitoring menggunakan Microsoft Excel maupun Google Spreadsheet secara online. Berikut adalah contoh gambar format monitoring yang praktikan kerjakan:

No	Date	Media Outlet	Media Item Type	Category	Media Tier	Media Desk	Product	Hits
1	18 Aug 2021		Online	Release	1	Tech		
2	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
3	18 Aug 2021		Online	Release	1	Tech		
4	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
5	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
6	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
7	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
8	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
9	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
10	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
11	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
12	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
13	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
14	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
15	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
16	18 Aug 2021		Online	Release	2	Tech		
17	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		
18	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
19	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
20	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
21	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
22	18 Aug 2021		Online	Release	3	General		
23	18 Aug 2021		Online	Release	3	Tech		

Gambar 3.2 Media Monitoring Article

No	Date	Media Outlet	Photo Relevant (Yes/No)	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
1	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	18 Aug 2021		No	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	18 Aug 2021		Yes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Gambar 3.3 Media Monitoring Feature Hits

Pada gambar 3.2 dan 3.3 merupakan format kerja dalam melakukan pekerjaan media *monitoring*. Tim media *relations* menggunakan beberapa tahapan yang terlihat pada gambar tersebut untuk mengetahui pesan pemberitaan yang dilakukan oleh media. Pada pekerjaan ini, Praktikan melakukan beberapa pekerjaan yang dilakukan untuk media *monitoring*. Yang mana di antaranya adalah seperti:

a) Tanggal

Pada pekerjaan ini, Praktikan melakukan pencarian artikel berita media *online* melalui *google* dan mencari artikel yang telah dipublikasi oleh rekan media pada tanggal yang sesuai dengan *launching* produk yang telah dilakukan perusahaan atau *brand* bersama tim media *relations*. Praktikan mencari artikel *online* kurang lebih dalam waktu 24 jam setelah acara yang dilakukan selesai bekerjasama dengan pembimbing kerja untuk menuliskan artikel yang ditemukan pada *search engine google* terkait pemberitaan perusahaan atau *brand* yang ingin *dimonitoring*.

b) Media Outlet

Pada pekerjaan ini, Praktikan mencatat nama-nama media yang telah membuat artikel pemberitaan pada berita media *online* untuk digabungkan pada *sheet online* yang telah dibuat. Praktikan mencari satu-persatu melalui *google* mengenai pemberitaan produk yang dituliskan melalui nama media yang memberikan publikasi pemberitaan terkait acara yang telah selesai dilakukan.

c) Media Type

Pada pekerjaan ini, Praktikan mencatat tipe media yang Praktikan temukan. Karena Praktikan mencari melalui *google*, semua artikel yang Praktikan temukan maka akan tertulis tipe media yaitu media *type online*.

d) Category

Pada pekerjaan ini, Praktikan membaca media yang telah Praktikan temukan melalui *google*. Praktikan menyesuaikan isi

judul dan tanggal artikel yang telah rekan media tuliskan dengan kalimat *press release* pada kolom media *monitoring*.

e) *Media Tier*

Pada pekerjaan ini, Praktikan melihat pemberitaan rekan media dari beberapa media yang Praktikan temukan. Lalu selanjutnya Praktikan mencocokkan tingkatan media dari tingkat 1 sampai dengan tingkat 3 dengan data keseluruhan media yang diberikan oleh tim media *relations*. Praktikan akan menuliskan *tier* media dengan angka 1 pada media-media seperti *kompas.com*, *liputan6.com*, *detik.com*, dan beberapa tingkatan media 1 lainnya. Praktikan juga akan menuliskan dengan angka 2 pada media-media seperti *tplus.id*, *beritasatu.com*, *suara.com*, *femaledaily.com*, dan beberapa tingkatan media 2 lainnya. Lalu Praktikan akan memberikan tingkatan media 3 pada media-media seperti *rakyatnews.com*, *gayatekno.id*, *rubrikindonesia.com*, *kurio.id*, dan beberapa tingkatan media 3 lainnya. Semua penulisan tingkatan tersebut, Praktikan cocokan nama media dari master data media *monitoring* sebelumnya yang diberikan pembimbing kerja kepada Praktikan sehingga Praktikan dapat menuliskan media *tier* pada setiap kolom *monitoring*.

f) *Media Desk*

Pada pekerjaan ini, Praktikan akan memberikan klasifikasi media sesuai dengan jenis media ataupun rubrik pemberitaan dari media tersebut terhadap pemberitaan yang dibuat rekan media. Praktikan melakukan media *monitoring* pada produk teknologi, maka Praktikan akan memberikan klasifikasi media desk dengan tulisan *general* dan media desk teknologi pada pemberitaan yang telah dibuat rekan media.

g) *Product*

Pada pekerjaan ini, Praktikan akan mencatat sesuai dengan produk yang sedang Praktikan lakukan media *monitoring*. Pada kolom produk, Praktikan akan mencatat jenis produk ataupun *brand* yang dituliskan pada artikel. Praktikan menuliskan kolom

produk dengan salah satu produk dari Perusahaan Teknologi pada kolom produk sesuai dengan artikel pemberitaan yang dibuat oleh rekan media.

h) *Headline*

Pada pekerjaan ini, Praktikan akan mencatat judul dari pemberitaan yang dituliskan pada setiap artikel yang dibuat oleh rekan media. Pencatatan judul tersebut dibuat dalam 2 bahasa, menggunakan bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia sesuai dengan kebutuhan klien serta Praktikan juga menggunakan *hyperlink* pada setiap judul untuk dapat dengan mudah dan langsung terhubung dengan artikel yang Praktikan temukan.

i) *Tone*

Pada pekerjaan ini, Praktikan akan memberikan *tone positive*, *neutral*, dan *negative* pada setiap artikel yang Praktikan temukan. Praktikan akan membaca setiap artikel untuk dapat menganalisa kata-kata yang dibuat oleh rekan media. Seperti contoh, Praktikan akan memberikan *tone positive* pada artikel yang menyebutkan “produk hadir dengan beberapa keunggulan”. Lalu Praktikan akan memberikan *tone neutral* pada artikel dengan pemberitaan yang membandingkan produk klien dengan produk kompetitor lainnya. Praktikan juga akan menuliskan *tone negative* pada artikel dengan tulisan yang tidak sesuai dengan *release* yang diberikan seperti kalimat “produk hadir dengan harga mahal dan spesifikasi *standart*”.

j) *Key Message*

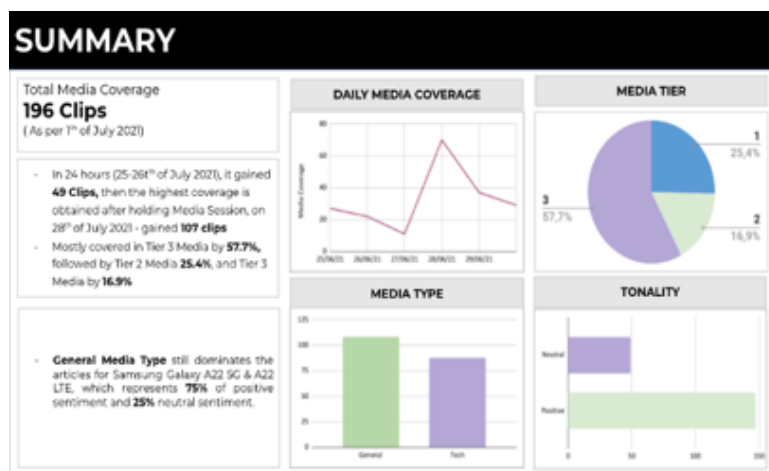
Pada pekerjaan ini, Praktikan melakukan *monitoring* dari setiap artikel yang Praktikan temukan. Praktikan membaca setiap artikel yang dibuat oleh rekan media untuk selanjutnya diberikan tanda angka ‘1’ apabila *key message* ada pada artikel yang dibuat. Praktikan menggunakan acuan *press release* yang diberikan kepada rekan media untuk dapat mencatat setiap *key message* yang tertulis pada artikel. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui keseluruhan pesan yang ingin diinformasikan klien tersampaikan dan dituliskan oleh rekan media pada setiap

artikel pemberitaan yang dibuat oleh rekan media. Seperti contoh, pada artikel publikasi salah satu *smartphone* dari Perusahaan Teknologi memiliki 14 *key message* yang berupa *feature* unggulan yang dituliskan adalah seperti: *wear OS*, *health feature (EKG, detak jantung, kadar oksigen, dll)*, *bioactive sensor*, *group challenge*, *snores detector*, *body composition*, *one ui*, *camera control*, *design*, *esim*, *battery*, *5nm exynos processor*, *memory capacity*, dan *price*. Dari ke 14 *key message* tersebut, Praktikan melakukan *monitoring* dari setiap artikel apakah *key message* berupa *feature hits* yang dituliskan pada *press release* ada pada setiap artikel dari penulisan rekan media atau tidak. Jika *key message* ada maka Praktikan akan memberikan angka '1' pada kolom media *monitoring* dan apabila *key message* tidak ada pada artikel maka Praktikan akan mengkosongkan kolom pada media *monitoring*.

Beberapa pekerjaan diatas adalah kegiatan yang dilakukan oleh tim media *relations* di agensi *PR Hill+Knowltons Strategies Indonesia* dalam melakukan media *monitoring* untuk keperluan mengukur penyampaian informasi oleh rekan media sesuai atau tidak nya gambaran yang diberikan terhadap sebuah produk serta mengetahui isi pesan yang akan berdampak kepada publik terhadap pesan yang disampaikan oleh rekan media.

3.2.1.3 Media Reporting

Media *reporting* adalah pekerjaan yang bertujuan untuk memberikan laporan perihal komunikasi yang telah dilakukan menggunakan media dalam penyampaian pesan informasi yang diberikan oleh klien kepada beberapa berita media *online*. Media *reporting* akan dilaporkan kepada klien mengenai data-data terkait media *monitoring* yang dibuat atau dilakukan oleh tim media *relations* terkait dengan isi pesan dan jumlah keseluruhan media yang memberikan pemberitaan terhadap produk yang klien miliki. Berikut adalah contoh gambar bentuk laporan media *reporting* yang akan diberikan kepada klien terkait dengan media *monitoring*:



Gambar 3.4 Media Reporting

Pada gambar 3.4 merupakan bentuk dari laporan yang dibuat oleh tim media *relations* untuk merangkum jumlah keseluruhan media yang tercatat untuk dapat dianalisa mengenai pesan dari penulisan berita yang dihasilkan oleh rekan media. Pada pekerjaan ini, Praktikan melakukan beberapa pekerjaan yang diberikan dan terlebih dahulu diajarkan oleh pembimbing kerja mengenai cara penulisan dan cara-cara lainnya untuk dapat memberikan laporan sesuai dengan kebutuhan klien. Beberapa isi dalam pembuatan laporan adalah seperti:

a) *Summary*

Pada pekerjaan ini, Praktikan melakukan pekerjaan untuk melaporkan total jumlah artikel yang ada pada media *monitoring* untuk dijadikan laporan dalam bentuk *slide PPT* yang akan diberikan laporan kepada klien. Praktikan merangkum beberapa hasil data yang telah diperoleh dari data *excel* ataupun *spreadsheet online* yang dibuat dalam bentuk *diagram* yang sudah diberikan oleh pembimbing kerja untuk dilakukan analisa terkait gambar dari *diagram* dengan kata-kata pada format kolom laporan pada *slide* yang tersedia. Pelaporan yang dituliskan pada *slide summary* adalah seperti total keseluruhan media, media *tier*, *tonality*, media *type*, dan tanggal. Praktikan menuliskan jumlah angka dari hasil media *monitoring*.

b) *Feature Hits*

Pada pekerjaan ini, Praktikan melakukan analisa dari hasil media *monitoring* yang berbentuk *diagram* untuk dituliskan dengan kata-kata berupa hasil analisa pesan yang dituliskan oleh rekan media. Pada *slide* ini Praktikan membuat kata-kata pesan yang dituliskan yang memiliki *tone positive* dan juga *tone neutral* pada beberapa *feature* seperti *display, battery, camera, design, performance, dan price*.

c) *Journalist Feedback*

Pada pekerjaan ini, Praktikan mencatat beberapa *feedback* dari rekan media yang hadir dalam acara *virtual launching* salah satu produk teknologi. Praktikan mengirimkan pesan melalui *whatsapp* mengenai kesan dan pesan rekan media terhadap acara yang telah selesai. Lalu selanjutnya, setelah beberapa rekan media yang Praktikan tanyakan menjawab, Praktikan membuat catatan dalam bentuk *slide PPT* terkait *feedback* dari rekan media yang menghadiri acara yang telah berlangsung untuk dijadikan laporan kepada klien mengenai saran dan masukan rekan media terhadap acara tersebut.

d) *Media Q&A*

Pada pekerjaan ini, Praktikan mencatat beberapa pertanyaan dari rekan media yang diutarakan dalam acara *virtual launching* salah satu produk teknologi yang telah berlangsung. Beberapa pertanyaan yang diutarakan oleh rekan media tersebut kemudian Praktikan catat dan masukan di dalam *slide* laporan untuk kebutuhan klien. Praktikan mencatat 8 media yang menanyakan beberapa hal mengenai produk pada acara, yang mana di antaranya adalah media *tek.id, gadgetren, techdaily, tplus magazine, droidline, dan dailysocial.id*.

e) *Higlighted Media Coverage*

Pada pekerjaan ini, Praktikan mencari 4 artikel media dari masing-masing pemberitaan yang dibuat oleh rekan media. Yaitu pemberitaan mengenai salah satu *brand* teknologi di Indonesia. Praktikan mencari artikel dari berita media *online tier*

1 sebagai contoh pemberitaan, media *tier 1* adalah Kompas, tribunnews, koransindo, dan liputan6.com. Praktikan melakukan *screenshot* pada artikel tersebut lalu menaruhnya pada *slide PPT* laporan serta menuliskan penulis berita pada setiap artikel, tanggal publikasi, judul artikel, dan *link* artikel tersebut.

f) *Coverage Reports*

Pada pekerjaan ini, Praktikan menggabungkan seluruh artikel yang telah ada di data pada media *monitoring*. Praktikan melampirkan seluruh data dan membuatnya dengan menyesuaikan untuk dapat dicantumkan pada *slide PPT* laporan.

Beberapa pekerjaan di atas adalah gambaran kegiatan tim media *relations* pada agensi PR Hill+Knowlton Strategies Indonesia dalam membuat laporan yang akan ditunjukkan kepada klien. Pelaporan tersebut dapat dimanfaatkan tim media *relations* maupun klien untuk dapat mengetahui *progress* maupun menganalisa beberapa hal yang menjadi masukan dari hasil analisa yang telah dibuat untuk menjadi gambaran bagaimana memaksimalkan kegiatan serupa di waktu yang akan datang dan menjadi data yang dihasilkan untuk keperluan laporan kepada klien.

3.2.2 *Design Infographic*

Praktikan diberikan kesempatan untuk dapat membantu membuat ulang sebuah infografis untuk keperluan klien dan tim media *relations* dalam memberikan informasi tambahan pada artikel berita yang dibuat oleh rekan media. Pada pekerjaan ini, Praktikan membantu dalam merubah penulisan infografis yang sebelumnya menggunakan bahasa Inggris menjadi menggunakan bahasa Indonesia. Praktikan juga menyesuaikan beberapa gambar pada posisi yang diminta oleh klien serta memperbesar ukuran kata-kata yang sebelumnya berukuran lebih kecil menjadi lebih besar. Dalam tahapan pembuatan infografis, tim media *relations*, klien, dan Praktikan memiliki beberapa tahapan dalam melakukan pekerjaan sampai dengan infografis dapat diberikan kepada rekan media. Berikut adalah

beberapa tahapan pekerjaan dalam pembuatan infografis produk dari Perusahaan Teknologi di Indonesia:

a) Perencanaan

Pada pekerjaan ini, Praktikan diberikan kesempatan oleh pembimbing kerja pada tim media *relations* untuk mengedit ulang desain infografis Samsung Galaxy A22 5G dan A22 LTE yang diberikan oleh klien dengan menggunakan bahasa Inggris menjadi infografis dengan kata-kata yang menggunakan bahasa Indonesia. Praktikan diberikan acuan desain infografis sebelumnya oleh pembimbing kerja dan diberikan arahan untuk dapat menyesuaikan beberapa gambar dan memperbesar kata-kata yang sebelumnya terlihat kecil agar dapat diperbesar. Praktikan diberikan *font* yang sesuai yang diberikan oleh klien, yaitu *font SamsungOne*. Setelah diberikan *font* yang sesuai untuk keperluan *redesign*, selanjutnya Praktikan mengunduh *font* tersebut dan menyesuikannya pada *software editing* yang Praktikan gunakan. Setelah diberikan *briefing* oleh pembimbing kerja, selanjutnya Praktikan diberikan waktu untuk dapat menyelesaikan *redesign* yang diberikan. Praktikan harus memberikan hasil *redesign* tersebut pada akhir jam kerja, yaitu pukul jam 18.00 pada hari yang sama Praktikan diberikan pekerjaan tersebut.

b) Pembuatan

Pada pekerjaan ini, Praktikan menggunakan *software editing Adobe Photoshop CC 2019* untuk dapat melakukan *redesign* infografis dari produk Samsung Galaxy A22 5G dan A22 LTE. Praktikan memulai dengan mendownload *design* yang diberikan sebelumnya melalui *google drive* dan mengimportnya pada *Adobe Photoshop CC 2019*. Praktikan memulai dengan memperbesar ukuran tulisan dan menyesuikannya dengan *font SamsungOne*. Setelah itu Praktikan menyesuaikan kembali beberapa gambar pada posisi dan ukuran yang telah diberikan arahan oleh pembimbing kerja Praktikan. Setelah Praktikan selesai melakukan beberapa *editing* yang diminta oleh klien

serta pembimbing kerja, selanjutnya Praktikan memberikan hasil *redesign* infografis yang telah diperbarui kepada pembimbing kerja untuk *direview*. Dalam hal ini, praktikan mendapatkan beberapa revisi yang diberikan oleh klien. Revisi yang diberikan diantaranya adalah:

1. Tulisan

Praktikan mendapatkan beberapa revisi dalam penulisan yang dibuat dalam bahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia. Seperti contoh dalam penulisan baterai 5,000mAh diganti menjadi 5.000mAh, penulisan angka dalam menggunakan bahasa Indonesia menggunakan titik (.) bukan menggunakan koma (,) pada jumlah angka. Lalu beberapa revisi dari beberapa *typo* pada penulisan spesifikasi produk dari Samsung Galaxy A22 5G dan A22 LTE. Praktikan juga memperbesar kembali beberapa penulisan dan melakukan gradasi warna yang Praktikan buat sesuai dengan keinginan klien.

2. Gambar

Praktikan mendapatkan revisi untuk menyusun dan memperbesar beberapa gambar untuk menyesuaikan pada posisi yang diinginkan klien. Praktikan juga mendapat arahan untuk menghapus beberapa gambar, seperti contoh pilihan warna yang sebelumnya ada tiga pilihan warna pada infografis sebelumnya diubah menjadi hanya ada dua pilihan warna. Setelah semuanya selesai dan revisi sudah cukup, Praktikan memberikan kembali hasil akhir *redesign* infografis kepada pembimbing kerja.

c) Publikasi

Setelah melalui perencanaan, pembuatan, dan mendapatkan beberapa revisi. Praktikan memberikan hasil akhir dari infografis yang telah Praktikan lakukan *redesign* kepada pembimbing kerja menggunakan *google drive*. Selanjutnya pembimbing kerja memberikan *link google drive* tersebut kepada klien untuk dilakukan finalisasi. Setelah semuanya sesuai dan tidak ada

revisi dari klien, Praktikan mengupload beberapa aset gambar dari produk Samsung Galaxy A22 5G dan A22 LTE yang diberikan oleh pembimbing kerja ke *google drive* bersama dengan infografis untuk keperluan *release* yang diberikan kepada rekan media dalam pembuatan artikel. Berikut adalah contoh infografis yang Praktikan lakukan *redesign*:



Gambar 3.5 Desain Infografis Samsung Galaxy A22 5G

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam melaksanakan Kerja Profesi (KP) di agensi *PR Hill+knowlton Strategies Indonesia*, tentunya Praktikan memiliki beberapa kendala yang hadir dalam *internal* diri pribadi Praktikan maupun kendala yang hadir dari *eksternal*. Beberapa kendala tersebut hadir pada beberapa pekerjaan yang Praktikan lakukan.

3.3.1 Media Relations

1. Belum nya memiliki pengalaman dan pengetahuan yang cukup pada praktek langsung mengenai bidang media *relations* yang harus bekerja dengan cepat pada beberapa hal dalam waktu yang bersamaan menjadi kendala yang Praktikan hadapi selama melakukan Kerja Profesi (KP).

3.3.1.1 Media Event Handling

1. *Feedback* rekan media yang cukup lambat dalam konfirmasi kehadiran pada acara yang akan dilakukan menjadi kendala waktu dalam menentukan estimasi banyaknya rekan media yang akan hadir untuk keperluan pemberian *list* media kepada klien.
2. Nomor telepon dan *email* rekan media yang tidak dapat dikontak membuat undangan yang akan disampaikan tidak dapat terkirim tepat waktu.
3. Rekan media yang tidak hadir dan keluar secara tiba-tiba pada saat acara sedang berlangsung.

3.3.1.2 Media Monitoring

1. Belum terbiasanya Praktikan dalam mengerjakan *monitoring* dengan banyak nya jumlah artikel yang harus dilihat satu per satu sehingga memakan waktu yang cukup lama untuk Praktikan melakukan proses pengerjaan.

3.3.1.3 Media Reporting

1. Jumlah *coverage reports* keseluruhan artikel media *online* yang cukup banyak memakan waktu untuk disesuaikan kembali format penulisan pada *slide* laporan *PPT* yang diberikan kepada klien.

3.3.2 Design Infographic

1. Terkendala teknis pada proses *editing*, seperti penentuan gradasi warna di mana Praktikan belum menguasai teknik tersebut sehingga menghambat waktu produksi infografis.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam mengatasi kendala pada saat melakukan praktek Kerja Profesi (KP) Praktikan mendapatkan beberapa masukan dan pembelajaran baru yang membuat beberapa kendala dapat diselesaikan dengan baik.

3.4.1 Media Relations

1. Praktikan bertanya kepada pembimbing kerja mengenai pekerjaan apa saja yang dilakukan dalam praktek kerja sebagai media *relations* dan apa saja yang harus Praktikan lakukan selama mendapat kesempatan melakukan Kerja Profesi (KP) pada perusahaan tempat Praktikan belajar sehingga mendapatkan gambaran dan *briefing* yang jelas mengenai langkah-langkah yang harus Praktikan persiapkan.

3.4.1.1 Media Event Handling

1. Praktikan melakukan *follow-up* pada rekan media yang belum menjawab konfirmasi untuk kehadirannya untuk acara.
2. Praktikan memberikan laporan mengenai masalah tidak dapat dikontaknya beberapa media dan menanyakan nomor jurnalis lain pada media yang sama untuk dapat Praktikan lakukan kontak kembali dan menanyakan nomor jurnalis yang Praktikan akan undang pada acara ke jurnalis berbeda.
3. Praktikan mencatat presensi lebih awal pada saat jurnalis masih berada pada *waiting room* sebelum *diadmit* agar terdata lebih awal sebelum jurnalis meninggalkan acara.

3.4.1.2 Media Monitoring

1. Seiring berjalannya waktu Praktikan sudah menemukan cara untuk dapat melakukan pekerjaan ini lebih baik, Praktikan membacara sekilas dan mencari poin-poin sesuai dengan *press release* yang dibuat untuk mempermudah dan mempercepat pengerjaan.

3.4.1.3 Media Reporting

1. Praktikan membuat *tab* baru pada *excel* dan menghapus beberapa kolom dan menyesuaikan dengan kolom yang ada pada *slide PPT* untuk mempermudah pemindahan keseluruhan artikel yang diperlukan untuk pelaporan kepada klien sehingga tidak perlu *copy* dan *paste* artikel satu per satu.

3.4.2 Design Infographic

1. Praktikan mengasah kemampuan produksi infografik dengan cara mempelajari produksi infografik melalui berbagai *platform digital*, seperti *tutorial Youtube*.

