

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam melaksanakan masa Kerja Profesi selama 4 bulan di MRA Media, praktikan berkesempatan untuk mendapatkan wawasan mengenai pekerjaan dan aktivitas yang dijalankan oleh praktisi *public relations*. Berdasarkan buku *Effective Public Relations*, menjelaskan definisi dari *public relations* adalah “fungsi manajerial yang menciptakan dan memelihara hubungan yang baik dan berguna antara suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau tidaknya suatu organisasi atau perusahaan” (Cutlip C. d., 2016). Berdasarkan definisi ini, praktisi *public relations* dituntut untuk mampu membangun dan memelihara hubungan yang baik dan bermanfaat, seperti hubungan baik dengan media.

Pada Kerja Profesi ini, praktikan memiliki pekerjaan utama yakni menjadi *media relations*. Selain itu, praktikan juga memiliki pekerjaan tambahan yakni membantu mengurus *partnership*. Berikut adalah penjabaran dari pekerjaan utama dan pekerjaan tambahan yang dilakukan praktikan selama menjalani masa Kerja Profesi.

3.1.1 Media Relations

Media Relations merupakan bagian dari pekerjaan yang ada pada divisi *Public Relations & Business Communications* di MRA Media. Definisi *Media Relations* menurut Jefkins adalah upaya untuk mendapatkan publikasi atau penyiaran secara maksimal terkait sebuah informasi yang dimiliki seorang *Public Relations* untuk menyebarkan pengetahuan serta pengertian bagi public dari perusahaan maupun organisasi yang bersangkutan (Andjani, 2022). *Media Relations* berperan penting, karena perusahaan atau organisasi dapat meminimalisir bahkan tidak memerlukan dana untuk menyebarkan informasi yang ingin disampaikan melalui teknik publisitas.

Media Relations dapat dikatakan memiliki peran penting dalam perusahaan media, karena perusahaan media pun tetap membutuhkan *branding* baik secara korporasi ataupun produk yang mana *branding* berfungsi sebagai pembentuk citra

dari korporat, produk, dan bisa saja keduanya (Raharjo, 2016). *Media Relations* berfungsi sebagai sarana yang memiliki peranan penting dan efisien untuk berkomunikasi dengan publik. Oleh karena itu, *media relations* dapat dikatakan sebagai bagian dari PR eksternal yang mana bertugas untuk memelihara dan menjalin hubungan yang saling menguntungkan bersama dengan media, sehingga dapat menjadi sarana komunikasi antara suatu perusahaan atau organisasi dengan publiknya guna tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi (Herika & Ruliana, 2018).

Selain itu, bagian ini juga meliputi macam-macam hubungan yang terjalin dengan media yang diperuntukkan untuk mampu menjadi sarana dalam upaya menyampaikan informasi yang diberikan oleh *public relations*. Ketika perusahaan dapat membangun hubungan yang baik dengan media maka perusahaan akan mendapatkan dampak positif seperti meningkatkan kesadaran publik pada perusahaan maupun produknya, mengubah atau memperbaiki sikap publik, memicu sikap yang dapat menjunjung kepentingan perusahaan (Raharjo, 2016).

Pertama, meningkatkan kesadaran publik mengenai perusahaan atau produknya adalah hal yang diprioritaskan, karena hal ini merupakan suatu hal yang diperlukan oleh perusahaan. Dalam upaya meningkatkan *brand awareness*, kegiatan menyebarkan pesan atau informasi dan gambaran secara detail terkait perusahaan, produk, kampanye, *event* adalah hal yang diprioritaskan untuk membangun *awareness* dari publik tentang segala hal yang mana menjadi tujuan dari komunikasi yang dilakukan. Hal ini dapat terlaksana dengan baik apabila melibatkan *media relations* sebagai medium guna meningkatkan *brand awareness* sesuai dengan tujuan organisasi dan produk.

Kedua, *media relations* mampu mengubah atau memperbaiki sikap public. Media adalah cara utama yang bermanfaat untuk menyebarkan informasi secara transparan, benar, dan detail mengenai isu-isu yang diprediksi kemungkinan akan terjadi maupun yang sudah terjadi pada perusahaan ataupun *brand*. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan media, maka hal-hal tersebut dapat diselesaikan dengan cepat. Jadi, seorang *public relations* dapat meluruskan informasi kepada media, sehingga media mempublikasikan informasi positif tersebut yang mana dapat mengubah atau memperbaiki persepsi publik.

Ketiga, *media relations* dapat memicu sikap yang dapat menjunjung kepentingan perusahaan. Setiap perusahaan tentunya memiliki kepentingan

masing-masing, melalui *media relations*, maka dapat mendorong suatu tindakan yang mana dapat mendukung kepentingan suatu perusahaan.

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa *media relations* merupakan bagian dari bentuk strategi komunikasi *public relations* dalam upaya membangun dan mengembangkan hubungan baik dengan media dalam rangka tercapainya pemberitaan yang ingin disebar oleh organisasi atau perusahaan secara maksimal kepada publik guna membangun dan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan atau organisasi. Bidang kerja *Media Relations* di MRA Media terdiri dari berbagai macam kegiatan yang mampu untuk meningkatkan publikasi terkait pemberitaan ataupun acara serta kegiatan yang mana dapat membangun hubungan baik antara perusahaan dengan media.

3.1.1.1 Media Event Handling

Salah satu tugas dari *public relations* adalah acara special yang mana dilakukan oleh seorang praktisi PR terutama pada bagian *media relations*. Hal ini bertujuan untuk dapat membantu menyukseskan acara dengan mengumpulkan rekan-rekan media untuk hadir dalam acara yang akan diselenggarakan. *Event* menurut Noor merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan dalam upaya memperingati hal-hal yang dianggap penting oleh manusia, baik secara individu ataupun kelompok di mana memiliki keterikatan secara budaya, agama, adat, dan tradisi yang dilaksanakan pada waktu tertentu (Rahma, 2017). Dari definisi tersebut, maka dapat disimpulkan *event* merupakan suatu kegiatan dengan tema tertentu yang digelar dengan tujuan untuk menarik perhatian publik supaya mampu untuk memahami isi pesan yang ingin disajikan oleh perusahaan yang menyelenggarakan.

Tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media dalam melakukan *media handling* tentunya membuat perencanaan terkait acara. Berikut adalah perencanaan yang dirancang:

a. Riset

Tim PR akan melakukan riset terlebih dahulu. Hal ini sejalan dengan salah satu tugas PR yakni riset yang mana seorang PR perlu mengumpulkan informasi mengenai acara yang akan berlangsung dan acara-acara yang telah diselenggarakan sebelumnya untuk mendapat gambaran membuat *press release* dan menentukan media apa saja yang cocok untuk diundang. Sehingga hal ini

sesuai dengan mata kuliah Pengantar Humas. Selain itu, melakukan riset berfungsi untuk menganalisa situasi yang terdapat di lingkungan sekitar ataupun acara dengan tujuan yang sama. Hal ini membuat, seorang PR dapat menentukan *benchmark*, sehingga bisa memiliki perbandingan antara aktivitas yang akan diselenggarakan dengan aktivitas-aktivitas lainnya yang sudah dilaksanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisa gambaran yang didapatkan yang mana dijadikan sebagai tolak ukur dalam melaksanakan acara. Hal ini sesuai dengan mata kuliah Strategi dan Taktik *Public Relations* (Smith, 2017).

b. *Meeting*

Dalam tahap ini, MRA Media melakukan *meeting* atau rapat dengan redaksi yang akan menyelenggarakan *event* atau klien yang menggunakan jasa PR *handling* MRA Media. Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan.

c. Mengontak Media

Tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media dalam tahap ini akan membuat daftar dari rekan-rekan media yang akan diundang pada acara yang akan diselenggarakan. Undangan dikirimkan secara daring melalui *WhatsApp* dan *email*. Namun terkadang, ada *event* tertentu yang memiliki undangan fisik yang mana undangan fisik tersebut juga akan dikirimkan ke alamat rekan-rekan media. Hal ini sejalan dengan benc

d. *Follow-Up* Undangan Media

Tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media akan melakukan *follow-up* melalui *email* dan *Whatsapp* untuk mengingatkan media-media mengenai tanggal dan tempat acara diselenggarakan.

e. Kehadiran Media

Pada tahap ini, tim *Public Relations & Business Communications di MRA Media* akan melakukan pemantauan terkait rekan-rekan media yang menghadiri acara. Tim PRBC akan memastikan apakah rekan-rekan media yang diundang telah sesuai.

f. *Press Release*

Tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media dalam tahap ini akan membuat *press release* yang mana akan dikirimkan kepada media. Sehingga media dapat memiliki informasi-informasi yang diperlukan untuk dikemas menjadi sebuah berita yang mana akan dipublikasikan dalam medianya.

Dalam pembuatan *press release*, seorang PR juga harus mencantumkan kutipan dari narasumber yang dianggap sebagai *media darling*. Hal ini sejalan dengan mata kuliah Produksi Media Humas. Selain itu, praktisi PR harus mampu untuk memprediksi dan menganalisis pertanyaan apa yang akan ditanyakan oleh awak media, sehingga informasi tersebut dapat dicantumkan dalam *press release*. Dalam *media handling* suatu *event*, tim PR harus menyediakan foto yang bagus sehingga layak tayang di media dan mendukung isi pesan *press release*.

Perencanaan-perencanaan yang telah dijabarkan tersebut adalah kegiatan dari tim *Public Relations & Business Communications* dalam bidang *media relations* di MRA Media. Hal ini dilakukan untuk mendukung kesuksesan *event* yaitu melalui *media handling* dengan melibatkan media-media untuk datang ke acara yang telah dipersiapkan yang mana acara tersebut memiliki kepentingan tertentu. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan publikasi pemberitaan.

3.1.1.2 Press Release

Dalam upaya menyampaikan informasi mengenai media-media yang berada dalam naungan MRA Media, tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media akan menyiapkan dan mengirimkan *press release* kepada rekan-rekan media. *Press release* adalah sebuah tulisan yang dibuat oleh praktisi *public relations* yang mana memiliki isi terkait berita mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi atau perusahaan dengan harapan akan dipublikasikan oleh media massa.

Menurut G.A. Marken, *press release* dimanfaatkan untuk mekanisme interpretatif dasar supaya masyarakat dapat mengetahui tentang aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan (Sumartono, 2016). *Praktisi public relations* harus menjalin hubungan yang baik dengan rekan-rekan media. Tanpa adanya hubungan yang baik dengan media maka kecil kemungkinannya rekan-rekan media akan mempublikasikan *press release* yang telah dikirimkan.

Ada tiga poin penting yang perlu diperhatikan dalam upaya pembuatan *press release* yaitu harus mengikuti format standar sesuai dengan perusahaan, tentukan informasi yang dapat menarik perhatian publik, kirimkan *press release* dengan tepat waktu. Dalam menyusun *press release* ada beberapa cara yang dapat dilakukan menurut buku *Public Relations Writing and Media Techniques* yaitu tentukan subjek dalam pesan, identifikasi kepada siapa pesan ini akan

disampaikan, ketahui apa keuntungannya bagi audiens, sesuaikan dengan tujuan organisasi, tentukan apa yang ingin dicapai dengan rilis pemberitaan, tentukan *key message* apa yang harus di *highlight* dalam *press release* yang akan dibuat (Wilcox & H.Reber, 2015).

3.1.1.3 Media Monitoring

Media monitoring merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk meneliti, mengontrol, dan bahan evaluasi pada perkembangan melalui media yang berhubungan dengan organisasi (Nappisah, 2022). Pada dasarnya, *media monitoring* adalah kegiatan yang dilakukan untuk memantau dan mengawasi media massa yang meliputi media *online*, televisi, radio, dan cetak (Kumparan.com, 2018). *Media monitoring* sering dilakukan oleh berbagai macam lembaga seperti *brand*, perusahaan, pemerintahan, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk melihat dan memantau terkait hal yang diberitakan media terhadap perusahaan atau lembaganya.

Kegiatan *media monitoring* juga digunakan sebagai alat ukur bagi seorang praktisi *public relations* melihat pesan yang disampaikan media, khususnya berita mengenai kepentingan perusahaan yang menyampaikan informasi suatu keadaan atau peristiwa di perusahaan. Kegiatan ini dilakukan saat suatu *event* sudah selesai dan rekan-rekan media sudah mempublikasikan artikelnya pada medianya. Dalam melakukan kegiatan *media monitoring*, tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media memantau dan mengawasi narasi dari artikel pemberitaan yang telah dipublikasikan oleh rekan-rekan media. Untuk melakukan hal ini, tim PR akan mulai mencari pemberitaan yang sudah naik melalui internet.

3.1.2 Partnership

Menurut Notoatmojo *partnership* atau kemitraan merupakan sebuah kerja sama yang bersifat formal antara individu-individu, organisasi-organisasi, atau kelompok-kelompok dalam upaya tercapainya suatu tujuan atau tugas (Himmah & Sa'adah, 2021). Adanya *partnership* membuat munculnya hak dan kewajiban pada kedua pihak yang mana dinyatakan pada perjanjian kerja sama (Rosa, 2020). Adapun beberapa tahapan dalam prosedur untuk melakukan *partnership* (BPP Kemendikbud, 2018) adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi Internal Lembaga

Suatu perusahaan perlu melakukan identifikasi untuk mengetahui komponen apa saja yang belum dimiliki dalam melaksanakan program yang mana akan menjadi kebutuhan suatu program. Perusahaan harus mampu melihat komponen yang harus ada. Setelah mengetahui komponennya maka perusahaan dapat melanjutkan dengan mencari pihak yang akan diajak bekerja sama sesuai dengan kebutuhan.

b. Sosialisasi

Dalam tahapan ini, pihak yang melakukan kerja sama, perlu melakukan sosialisasi atau pengenalan kepada pihak yang akan diajak kerja sama. Sosialisasi ini akan membahas mengenai pengenalan program-program secara detail. Hal ini dilakukan agar terjalin hubungan baik terlebih dahulu dan saling mengenal.

c. Perencanaan

Sebelum bekerja sama dengan program yang akan diselenggarakan, harus melakukan perencanaan yang matang terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan untuk menghindari kesalahan yang terjadi. Pada tahap perencanaan terbagi menjadi beberapa kegiatan lainnya yakni:

1. Pengumpulan Data: Pada poin ini, kedua pihak mencari dan mengumpulkan data mengenai informasi program yang akan diselenggarakan.
2. Pengolahan Data: Ketika data sudah terkumpul, maka data tersebut akan diolah guna menghindari kesalahpahaman dari kedua pihak.
3. Analisis Data: Pada tahap ini akan ada aktivitas menganalisis data yang telah diolah yang mana bersifat putusan atau penetapan dalam suatu perencanaan. Oleh karena itu, dapat diketahui mengenai ketepatan perencanaan pada sebuah program yang akan diselenggarakan.

d. Kesepakatan dan Kesepahaman

Selanjutnya, ketika perencanaan sudah matang maka kedua pihak memiliki pemahaman yang sama dalam kesepakatan yang ada. Hal ini dibuktikan dengan dibuatnya perjanjian kerja sama. Adanya perjanjian ini maka dapat menghindari munculnya kesalahpahaman yang mungkin terjadi.

e. Pelaksanaan

Dalam tahap ini, pihak-pihak terkait harus menjalankan kewajibannya sehingga suatu program dapat dijalankan dengan lancar

f. Evaluasi

Pada tahap ini, dapat dilihat program berhasil atau tidak. Selain itu, melalui evaluasi, perusahaan dapat menilai apa saja yang perlu ditingkatkan dan apa yang harus dipertahankan.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalani masa Kerja Profesi di MRA Media, praktikan praktikan turut berpartisipasi untuk membantu beberapa kebutuhan dari perusahaan atau klien. Dalam melaksanakan Kerja Profesi, praktikan diajari oleh pembimbing kerja dalam upaya membantu kebutuhan perusahaan atau klien terkait dengan *media relations*. Pada divisi *Public Relations & Business Communication* menyediakan jasa *media handling* untuk *brand* lain. Sehingga pada kesempatan Kerja Profesi ini, praktikan mendapatkan kesempatan untuk melakukan *media relations* yang berkaitan dengan acara-acara perusahaan maupun acara klien. Selain itu, praktikan juga turut membantu dalam hal *partnership* di MRA Media.

3.2.1 Media Relations

Dalam melaksanakan Kerja Profesi di MRA Media, praktikan melakukan berbagai macam kegiatan yang berhubungan dengan *media relations*. Sebelumnya, praktikan diajari terlebih dahulu oleh beberapa pendamping kerja dalam upaya membantu praktikan untuk melaksanakan pekerjaan yang dibutuhkan oleh MRA Media. Praktikan melakukan Kerja Profesi, setiap hari Senin hingga Jumat dengan waktu kerja yang dimulai pada pukul 10.00 WIB sampai 16.00 WIB. Praktikan memiliki pekerjaan utama dalam bidang *media relations* pada 10 media yang meliputi Harper's BAZAAR Indonesia, Her World Indonesia, Cosmopolitan Indonesia, Mother & Beyond, AlaCASA, I-Radio, Hard Rock FM, Trax, Cosmopolitan Radio, Brava Radio.

Dalam melakukan kegiatan di bidang *media relations*, praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat *draft press release* terkait pemberitaan dari media-media milik MRA Media. Hal ini dilakukan dimulai dari melakukan riset terlebih dahulu, lalu membuat *draft*, dan memasukkan kutipan narasumber. Setelah melakukan hal-hal tersebut, praktikan mulai mengirimkan *press release* itu ke rekan-rekan media yang terdaftar dalam *list*.

Praktikan bertugas melakukan *media monitoring* yang mana berupa melakukan pemantauan artikel pemberitaan yang telah dipublikasi oleh media.

Praktikan juga harus membuat laporan terkait dengan pemberitaan dari media. Hal ini dilakukan mulai dari mengumpulkan media apa saja yang mempublikasikan berita hingga laporan mengenai jumlah media yang telah mempublikasikan berita yang mana dilaporkan secara detail.

Selain itu, praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat *list* dari media-media yang hadir dalam sebuah acara seperti mencatat nama jurnalis, dari media apa, alamat rumah, dan *email*. Hal ini dilakukan agar dapat menjalin hubungan baik dengan media. Selain itu, tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media juga akan mengirimkan *hampers* kepada jurnalis sebagai tanda terima kasih dan apresiasi karena sudah datang ke acara.

Praktikan juga terlibat dalam *media visit* yang tidak jarang dilakukan oleh tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media. Hal ini dilakukan untuk membina hubungan baik antara MRA Media dengan media-media lainnya. Saat *media visit*, praktikan turut beramah tamah dengan media atau perusahaan yang datang. Praktikan juga diberikan tanggung jawab untuk membuat konten *reels* Instagram saat *media visit* berlangsung. Hal ini dikarenakan, untuk memperlihatkan bahwa MRA Media terbuka untuk *media visit* dan apresiasi terhadap media atau perusahaan yang datang.

3.2.1.1 Media Event Handling

Media event handling merupakan aktivitas yang dilaksanakan oleh praktisi *public relations* khususnya pada bidang *media relations* di MRA Media. Untuk menyelenggarakan suatu acara, tentunya diperlukan berbagai macam hal yang harus dipersiapkan. Hal ini dilakukan agar mendapatkan gambaran terkait acara yang akan dilaksanakan dan acara yang sudah direncanakan dapat diselenggarakan dengan lancar yang mana sesuai dengan rencana. *Media event handling* merupakan kerjaan utama yang dilakukan oleh praktikan selama melakukan masa Kerja Profesi di MRA Media sebagai *Public Relations & Business Communications*.

Selama masa Kerja Profesi, praktikan turut berpartisipasi dalam melakukan kegiatan *media handling* untuk sebuah acara yang terdiri dari:

- a. OPPO BAZAAR *Fashion Festival*

Pada tanggal 5 sampai 7 Agustus 2022, media Harper's BAZAAR Indonesia membuat acara *fashion show*. Acara yang diselenggarakan selama 3 hari ini memiliki jangka waktu persiapan selama 1,5 bulan. Acara tersebut bernama "OPPO BAZAAR Fashion Festival" di Senayan City. Acara *fashion show* ini sebagai ajang untuk kolaborasi antara desainer terkenal dengan desainer muda tanah air. Selain itu, acara ini juga merupakan apresiasi dari media Harper's BAZAAR Indonesia pada karya anak bangsa. Untuk membantu menyukseskan acara tersebut, maka dibutuhkan *media handling* dari divisi *Public Relations & Business Communications* MRA Media. Hal ini dilakukan dengan mengundang rekan-rekan media yang mana bertujuan untuk menyebarkan informasi dan pesan kepada publik terkait perayaan kolaboratif desainer Indonesia.



Gambar 3. 1 Media Handling OPPO BAZAAR Fashion Festival

Dok. Internal MRA Media, 2022

Gambar 3.1 merupakan acara *OPPO BAZAAR Fashion Festival* yang mana dalam acara tersebut, praktikan bertugas untuk melakukan *media handling*. Terdapat rekan-rekan dari berbagai macam media yang turut menghadiri acara tersebut. Dalam upaya melakukan *media handling* pada acara seperti pada gambar di atas, maka harus melakukan berbagai macam persiapan seperti perencanaan yang dilakukan oleh divisi *Public Relations & Business Communications* MRA Media. Hal ini dilakukan agar inti pesan atau *key message* dari acara tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Berikut beberapa tahapan yang dilakukan oleh praktikan dalam melakukan *media event handling*:

1. Riset

Riset adalah hal yang harus dilakukan sebelum membuat dan melaksanakan suatu acara. Pada pekerjaan *media handling* acara ini, praktikan diberikan pekerjaan untuk melakukan riset terkait acara *OPPO BAZAAR Fashion Festival*

yang diadakan pada tahun-tahun sebelumnya. Praktikan melakukan pencarian data melalui pemberitaan-pemberitaan lama di media *online* mengenai acara *BAZAAR Fashion Festival*. Riset yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan mengetik kata kunci "*BAZAAR Fashion Festival*" dengan menggunakan Google. Selanjutnya, praktikan menemukan beberapa pemberitaan mengenai acara tersebut dan mencatat poin-poin penting seperti acara tersebut diadakan tahun berapa, dimana, dan mengundang siapa saja, dan sejarah Harper's BAZAAR Indonesia.

2. *Meeting*

Pada tahapan ini, dilakukan *meeting* atau rapat secara *offline* di ruang *meeting* MRA Media. Terdapat pihak-pihak dari divisi lain yang ikut serta dalam rapat tersebut seperti redaksi Harper's BAZAAR Indonesia, *Public Relations & Business Communications*, *Marketing Communications*, dan, *Sales*. Dalam tahap ini juga, divisi *Marketing Communications* menjelaskan mengenai konsep acara. Praktikan diberikan tanggung jawab untuk menyusun *Minutes of Meeting (MoM)* terkait isi *meeting* tersebut. Praktikan menyusun *MoM* sesuai dengan format yang diberikan oleh pendamping kerja yang meliputi kebutuhan dan poin penting acara *OPPO BAZAAR Fashion Festival*, perkembangan acara, langkah yang akan dilakukan selanjutnya, siapa saja yang ikut *meeting*, dan sebagainya. *MoM* yang dibuat praktikan dapat menjadi bahan dasar untuk membuat *press release*. Setelah merapikan *MoM*, praktikan segera mengirim *file* tersebut ke grup *WhatsApp Public Relations & Business Communications*

3. Mengontak Media

Tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media mencatat daftar rekan-rekan media yang akan diundang sebelum acara dilaksanakan. Tim *Public Relations & Business Communications* menyiapkan daftar media yang cocok serta mampu untuk menulis artikel pemberitaan mengenai *fashion*. Selain itu, tim ini juga turut mengundang media umum lainnya. Pada tahap ini, praktikan ditugaskan untuk mengirimkan undangan acara kepada rekan-rekan media melalui *WhatsApp*. Praktikan menghubungi rekan-rekan media dengan *wording* yang sudah disetujui oleh pembimbing kerja.

4. *Follow-Up* Undangan Media

Tim *Public Relations & Business Communications* akan melakukan *follow-up* kepada rekan-rekan media saat menjelang acara akan diselenggarakan. Praktikan

diberikan tanggung jawab untuk menghubungi kembali rekan-rekan media melalui *WhatsApp* untuk mengingatkan bahwa akan diselenggarakan suatu acara. Praktikan mengingatkan terkait tanggal dan lokasi acara tersebut. Selain itu, praktikan juga melakukan konfirmasi terhadap rekan-rekan media terkait kehadirannya di suatu acara. Praktikan akan mencatat media-media yang bisa hadir, lalu praktikan memberikan laporan terkait informasi tersebut kepada pembimbing kerja.

5. Kehadiran Media

Ketika acara diselenggarakan, tim *Public Relations & Business Communications* mendata media yang datang melalui *google docs*. Data media yang dicatat meliputi nama jurnalis, berasal dari media apa, alamat, nomor telpon, dan *email*. Praktikan melakukan pendataan kehadiran rekan media pada acara OPPO BAZAAR Fashion Festival. Praktikan memberikan informasi kepada pembimbing kerja saat acara selesai mengenai jumlah media yang hadir dan tidak hadir. Lalu praktikan mengirimkan *merchandise* untuk media-media yang tidak hadir.

6. *Press Release*

Sebelum acara, tim *Public Relations & Business Communications* telah menyiapkan *press release* yang akan diberikan kepada media. Hal ini dilakukan untuk mempermudah media dalam menulis pemberitaan dan sebagai sumber informasi. Pada pekerjaan ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat *draft press release* dari acara media Harper's BAZAAR Indonesia yakni OPPO BAZAAR Fashion Festival. Praktikan juga menerjemahkan artikel dan kutipan narasumber dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia sebagai salah satu sumber informasi. Pendamping kerja memberikan arahan mengenai hal-hal apa saja yang harus dimasukkan ke dalam *press release*. *Draft press release* yang dibuat oleh praktikan menyesuaikan dengan format yang diberikan oleh pembimbing kerja. Kemudian, praktikan mengirimkan kembali hasil *draft press release* dan mendapatkan beberapa revisi. Setelah melakukan revisi, praktikan mengirim kembali ke pembimbing kerja dan ketika pembimbing kerja sudah setuju maka sudah bisa dikirim ke rekan-rekan media. Lalu, setelah acara selesai, praktikan akan mulai menyebarkan *press release* kepada rekan-rekan media, baik yang menghadiri acara maupun yang tidak hadir.

7. *Media Monitoring*

Praktikan turut membantu dalam membuat *media monitoring* pemberitaan terkait acara *OPPO BAZAAR Fashion Festival*. Dalam pekerjaan ini, praktikan membantu untuk mencatat media apa saja yang telah mempublikasikan artikel pemberitaan. Praktikan mencari berita melalui Google dengan menuliskan. Kemudian praktikan membuat *list* media, tanggal penayangan, dan link berita melalui Microsoft Excel. Setelah itu praktikan menyusun *media monitoring* secara lebih detail melalui *PowerPoint* yang berisi judul berita, *summary* isi pemberitaan, tanggal penayangan, gambar yang digunakan, *link pemberitaan*, dan *media coverage* yang didapatkan. Pada acara *OPPO BAZAAR Fashion Festival* mendapatkan *media coverage* sebanyak 38 berita.

b. *Grand Opening Store atmos pink*

Divisi *Public Relations & Business Communications* menyediakan jasa *PR Handling* untuk klien. Sehingga praktikan juga terlibat dalam acara *grand opening store atmos Pink* yang diadakan pada tanggal 8 Juli 2022 di Grand Indonesia. Acara ini memiliki jangka waktu persiapan selama 1 bulan. Acara ini merupakan acara pembukaan toko pertama atmos pink di Indonesia. Acara *grand opening* ini sebagai ajang untuk menyebarkan informasi terkait perpaduan *sports wear* dan *lifestyle* khusus perempuan. Acara *grand opening* ini juga bermaksud untuk memberikan informasi bagi publik bahwa gerai atmos pink di Indonesia memiliki keunikan, karena terdapat *dance floor* dalam gerai tersebut. Dalam upaya menyukseskan acara ini, tim *Public Relations & Business Communications* MRA Media melakukan *media handling*. Hal ini dilakukan dengan mengundang media-media baik media yang berada dalam naungan MRA Media maupun media-media eksternal agar meliput acara *press conference* dan meliput konsep gerai atmos Pink saat sedang sesi *private viewing*.



Gambar 3. 2 Press Conference Grand Opening Store
Dok. Internal MRA Media, 2022

Pada hal ini, praktikan melakukan beberapa pekerjaan yang menjadi tanggung jawab praktikan. Hal ini dilakukan untuk membantu acara mengenai *media relations*. Beberapa pekerjaan yang dilakukan praktikan terdiri dari:

1. Riset

● Dalam tahap ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk melakukan riset mengenai acara yang sudah dilakukan *brand atmos* melalui artikel pemberitaan yang sudah ada pada internet. Lalu praktikan mencatat hal-hal penting yang didapatkan. Pada tahap ini, praktikan melakukan *benchmarking* sesuai dengan mata kuliah Strategi dan Taktik PR untuk melihat perbandingan terkait dengan acara yang sudah dilaksanakan dengan acara yang akan dilaksanakan.

2. Meeting

Pada tahap ini, pihak *atmos* datang ke kantor MRA Media untuk melakukan *meeting* secara *offline* di ruang *meeting*. *Meeting* ini dilakukan untuk menentukan siapa saja yang hadir dalam *press conference*, siapa yang akan menjadi pembicara, *souvenir* apa yang akan diberikan kepada rekan-rekan media, dan menentukan berapa hadiah untuk *doorprize* serta tulisan terbaik, dan apa hadiahnya. Praktikan diberikan tugas untuk membuat *Minutes of Meeting (MoM)* terkait isi *meeting* tersebut. Pada *meeting* ini juga praktikan mencatat mengenai hal-hal penting yang bisa dimasukkan dalam *press release*.

3. Membuat Undangan Untuk Media

Pada tahap ini, praktikan diberikan tugas untuk membantu membuat undangan *press conference grand opening atmos pink*. Undangan dibuat secara digital.

4. Mengontak Media

Pada tahapan ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat *list* yang berisi daftar rekan-rekan media yang akan diundang. Praktikan menyiapkan daftar media yang cocok serta mampu untuk menulis artikel pemberitaan mengenai sepatu dan *fashion*. Lalu praktikan mengirimkan undangan kepada rekan-rekan media melalui Whatsapp. Pada tahap ini, praktikan melakukan salah satu tugas PR yaitu mengontak media sesuai dengan mata kuliah Pengantar Hubungan masyarakat yaitu menjadi penghubung antara perusahaan atau organisasi dengan media atau publiknya.

5. *Follow-Up* Undangan Media

Pada tahap ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk mengontak kembali rekan-rekan media. Hal ini bertujuan untuk mengingatkan kembali bahwa akan ada acara *press conference atmos pink* pada tanggal 8 Juli 2022 di Grand Indonesia. Praktikan juga mengonfirmasi terkait media yang bisa hadir dalam acara tersebut dan mencatatnya untuk diberikan kepada pembimbing kerja.

6. Kehadiran Media

Saat hari acara dilaksanakan, praktikan bertanggung jawab untuk membuat data media apa saja yang datang melalui buku tamu yang sudah disediakan oleh pihak *atmos pink*. Data media yang dicatat meliputi nama jurnalis, berasal dari media apa, alamat, *email*, dan nomor telpon. Praktikan juga bertanggung jawab untuk membagikan *PR Package* kepada rekan-rekan media yang hadir.

7. *Press Release*

Pada tahap ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat *draft press release* untuk acara *grand opening atmos pink*. Dalam hal ini, pihak *atmos pink* memberikan informasi-informasi penting dan kutipan narasumber kepada tim *Public Relations & Business Communications MRA Media*. Lalu praktikan bertugas untuk menerjemahkan artikel tersebut, karena artikel tersebut berbahasa Inggris. Lalu setelah diterjemahkan, praktikan mulai menyusun *draft press release* sesuai dengan arahan pembimbing kerja. Setelah *draft press release* selesai, praktikan mengirimkannya kepada *manager PRBC* yang kemudian dikirimkan kembali kepada pihak *atmos pink* untuk approval. Setelah acara selesai, praktikan mulai mengirimkan *press release* kepada rekan-rekan media, baik yang menghadiri acara maupun yang tidak.

8. Mengirimkan PR Package

Beberapa hari setelah acara terlaksana, praktikan diberikan tanggung jawab untuk mengirimkan PR Package dari atmos pink kepada rekan-rekan media yang tidak menghadiri acara. Dalam hal ini, praktikan mengontak rekan-rekan media dan menanyakan masing-masing alamatnya untuk dikirimkan PR Package

9. *Media Monitoring*

Pada tahap ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat *media monitoring*. Hal yang pertama dilakukan praktikan adalah mencari artikel pemberitaan mengenai *atmos pink* melalui Google. Lalu praktikan mencatatnya melalui Microsoft Excel yang terdiri dari nama media, *link* pemberitaan, tanggal penayangan, dan *media value* dari masing-masing media. Untuk *media value*, praktikan mendapatkan dari data internal yang dimiliki oleh tim *Public Relations & Business Communications* MRA Media. Setelah itu, praktikan membuat laporan secara lebih lengkap melalui PowerPoint. Dalam hal ini praktikan menyertakan nama media, gambar yang digunakan, *link pemberitaan*, judul berita, tanggal penayangan, *summary* dari isi berita, *total media value*, jumlah *media coverage*, dan jumlah liputan Instagram Reels. Acara ini mendapatkan *media coverage* sebanyak 36 berita.

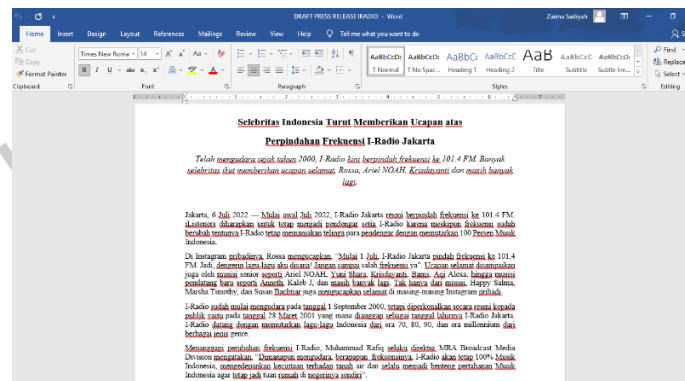
Terdapat perbedaan antara *media monitoring* untuk media yang dinaungi MRA Media dengan *media monitoring* untuk klien. Perbedaannya adalah *media monitoring* untuk media-media milik MRA Media tidak menyertakan *media value* dan *total media value*, sedangkan *media monitoring* untuk klien yang menggunakan jasa PR Handling dari MRA Media, praktikan menyertakan *media value* dan *total media value* yang didapatkan.

Beberapa pekerjaan di atas tersebut merupakan tanggung jawab yang diberikan dan dilakukan oleh praktikan selama membantu dan belajar bersama tim *Public Relations & Business Communications* di MRA Media khususnya pada pekerjaan di bidang *media handling* suatu event.

3.2.1.2 **Press Release**

Praktikan mendapatkan pekerjaan tambahan yaitu *press release*. *Press release* atau siaran pers merupakan suatu tulisan yang berisi mengenai informasi mengenai kegiatan atau berita yang dibuat oleh tim *Public Relations & Business Communications* MRA Media yang mana akan dikirimkan kepada rekan-rekan

media lainnya. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan dalam *press release* dapat tersebar kepada khayalak luas.



Gambar 3. 3 Contoh Press Release MRA Media

Sumber: Hasil Dokumentasi Praktikan

Dalam hal ini, praktikan terlibat pada penyusunan beberapa *press release* yang dibuat oleh tim *Public Relations & Business Communications* MRA Media yaitu:

a. *Press Release* I-Radio Jakarta

Praktikan turut membantu dalam penyusunan *press release* terkait perpindahan frekuensi I-Radio Jakarta yang berjudul “Selebritas Indonesia Turut Memberikan Ucapan atas Perpindahan Frekuensi I-Radio Jakarta”. Dalam pekerjaan ini, praktikan membantu untuk menyusun *draft press release*, mencari sejarah dari I-Radio Jakarta, dan MRA Media. *Press Release* ini terdiri dari 2 halaman.

b. *Press Release* Trax

Praktikan turut membantu dalam penyusunan *press release* terkait Trax berpindah menjadi *full streaming* yang berjudul “Trax, Radio Swasta Pertama Yang *Full Streaming* di Indonesia”. Dalam membuat *press release ini*, praktikan membantu pendamping kerja untuk membuat *draft press release* mulai dari judul, *lead*, *body*, deskripsi Trax dan MRA Media. *Press release* ini terdiri dari 3 halaman.

Untuk menyusun beberapa *press release* di atas, praktikan melalui beberapa tahapan yang diarahkan oleh pendamping kerja yaitu:

a. Menentukan Topik

Praktikan berdiskusi dengan pembimbing kerja mengenai topik yang relevan dan memiliki nilai berita. Dalam hal ini, praktikan ditugaskan untuk mencatat hal-hal penting terkait hasil diskusi yang mana hasil diskusi tersebut akan disusun sehingga menjadi topik yang memiliki nilai berita.

b. Riset

Setelah mendapatkan topik yang akan digunakan untuk membuat *press release*, praktikan diberikan tanggung jawab untuk melakukan riset terlebih dahulu mengenai pemberitaan media atau acara terkait yang pernah dipublikasikan sebelumnya. Lalu praktikan harus riset juga mengenai informasi yang akan dimasukkan ke dalam *press release*. Praktikan mencatat hasil dari riset tersebut yang kemudian diserahkan kepada pembimbing kerja.

c. Tentukan Judul

Setelah mendapatkan referensi dari berita-berita terdahulu, praktikan mulai menyusun judul dan memberikannya kepada pembimbing kerja. Setelah mendapat persetujuan, praktikan mulai melanjutkan *press release*

d. Pembuatan *Draft Press Release*

Pembimbing kerja memberikan arahan mengenai pembahasan pada setiap paragraf. Struktur *draft press release* terdiri dari Judul, *catcher*, isi, *quotes*, *boiler* yang meliputi deskripsi tentang media dan tentang MRA Media. Dalam hal ini praktikan mengembangkan tulisan dari arahan yang telah disampaikan oleh pembimbing kerja.

e. Mencantumkan Kutipan

Pada pekerjaan ini, praktikan diberikan tugas untuk melakukan transkrip wawancara dan terkadang juga menerjemahkan kutipan dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Setelah *draft press release* tersusun, praktikan menyerahkan dokumen tersebut kepada pembimbing kerja.

Dalam pelaksanaan untuk membuat *press release* di MRA Media, praktikan melihat perbedaan dari teori yang sudah dipelajari saat perkuliahan dengan praktiknya di MRA Media. Pada mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat dalam bukunya yang berjudul "*Public Relations Writing and Media Techniques*", secara teori format *press release* hanya satu halaman, terdiri dari 4 paragraf, dan menyertakan logo perusahaan atau organisasi (Wilcox & H.Reber, 2015). Namun, secara praktik,

praktikan diarahkan menggunakan format yang berbeda yang mana sesuai dengan format MRA Media yaitu *press release* terdiri dari 2 hingga 3 halaman, lebih dari 4 paragraf, dan tidak menyertakan logo perusahaan

3.2.1.3 Media Monitoring

Dalam melaksanakan Kerja Profesi di *Public Relations & Business Communications* MRA Media, praktikan juga diberikan tanggung jawab untuk melakukan pekerjaan tambahan dalam upaya membantu tim dalam hal *media monitoring*. *Media monitoring* memiliki tujuan untuk memberikan laporan mengenai komunikasi yang sudah dilakukan menggunakan media untuk menyampaikan informasi. Terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan oleh praktikan untuk melakukan *media monitoring* yaitu:

a. Mencari Artikel Pemberitaan

Tahap pertama yang dilakukan praktikan adalah mencari artikel pemberitaan terkait media yang dimiliki oleh MRA Media melalui Google.

b. Membuat *List* Melalui Microsoft Excel

NO	MEDIA	LINK BERITA	TANGGAL TAYANG
1	Mother & Beyond	https://motherandbeyond.co.id/read/22248-cara-sindah-frekuensi-be-2014-fm-selanjut-berikan-ucapan-selamat	10 Juli 2022
2	Breve Radio	http://breve-radio.com/berita-cara-sindah-frekuensi-rossa-ucapan-selamat-kepada-radio-sana-kita-sindah-frekuensi/	11 Juli 2022
3	Hard Rock FM	http://hardrockfm.com/berita-memudakan-musik-indonesia-radio-lakhta-sindah-frekuensi-be-1014-fm/	11 Juli 2022
4	Trix	https://trixradio.com/frekuensi-radio-sindah-be-1014-fm-rossa-sama-kami-coba-berhugues-selamat	11 Juli 2022
5	iRadio	http://radiofm.com/berita-indonesia-surat-berikan-ucapan-selamat-kepada-frekuensi-radio-lakhta/	11 Juli 2022
6	Her World	https://www.herworld.co.id/articles/read/7723458-Nikmat-konten-Selanjut-berikan-ucapan-selamat-kepada-frekuensi-rossa	11 Juli 2022
7	Cosmopolitan Indonesia	https://www.cosmopolitan.co.id/articles/read/772071288991-radio-kita-radior-1014-fm	13 Juli 2022
8	Herzen's BAZAR	https://herzenbazar.co.id/articles/read/772047175861-radio-selamat-memberikan-ucapan-selamat-kepada-frekuensi-sana-kita-sindah	15 Juli 2022
9	Berita Satu	https://www.beritasatu.com/berita/9533071-sindah-frekuensi-radio-lakhta-berita-ucapan-selamat	16 Juli 2022
10	Beritain	https://www.beritain.com/musik-radio-mengubah-frekuensi-be-1014-fm-selanjut-berikan-ucapan-selamat	16 Juli 2022
11	AkaCASA	https://beritaakacasa.com/read/2022/07/15/berita-selamat-kepada-frekuensi-radio-lakhta-berikan-ucapan-selamat	18 Juli 2022

Gambar 3. 4 Contoh Media Monitoring Melalui Excel

Sumber: Hasil Dokumentasi Praktikan

Pada gambar 3.4, praktikan mencatat media apa saja yang mempublikasikan berita melalui Microsoft Excel yang terdiri dari nama media, *link* pemberitaan, dan tanggal penayangan.

c. Membuat Laporan Melalui PowerPoint



Gambar 3. 5 Laporan Media Monitoring Melalui PPT

Sumber: Hasil Dokumentasi Praktikan

Setelah data sudah lengkap, praktikan membuat laporan secara lebih rinci melalui PowerPoint. Dalam upaya menyusun *media monitoring* melalui PowerPoint, praktikan mencantumkan data dari Microsoft Excel yang sudah dibuat, media apa saja yang mempublikasikan berita, judul berita, *summary* dari isi pemberitaan, tanggal penayangan, gambar yang digunakan, dan *link* pemberitaan. Lalu, praktikan juga mencantumkan *total media coverage* yang didapatkan.

Dalam hal ini, praktikan terlibat pada beberapa penyusunan *media monitoring* yaitu:

a. *Media Monitoring* I-Radio Jakarta

Pada penyusunan *media monitoring* artikel pemberitaan mengenai I-Radio Jakarta yang berpindah frekuensi, terdapat jumlah *media coverage* yang didapatkan yaitu sebanyak 16 berita.

b. *Media Monitoring* Trax

Pada penyusunan *media monitoring* artikel pemberitaan mengenai media Trax yang berpindah menjadi *full streaming* mendapatkan jumlah *media coverage* sebanyak 19 berita.

Pekerjaan-pekerjaan di atas merupakan gambaran dari tanggung jawab yang diberikan kepada praktikan untuk melakukan *media monitoring*. Tim *Public Relations & Business Communications* dapat menggunakan laporan ini untuk mengetahui dan menganalisa suatu pemberitaan media dan dapat menjadi bahan evaluasi serta menjadi data yang dihasilkan untuk keperluan *report*. Selama melaksanakan Kerja Profesi di MRA Media, praktikan tidak pernah menemukan pemberitaan yang negatif mengenai acara-acara atau program-program.

3.2.2 *Partnership*

Selain melaksanakan tugas pekerjaan dalam bidang *media relations*, praktikan juga mendapatkan tugas tambahan yakni ikut serta dalam membantu tugas lain yang dilakukan oleh divisi *Public Relations & Business Communications* dalam hal *partnership*. Bentuk kerja sama yang dilakukan berupa bekerja sama dengan perusahaan lain, *event*, *venue*, *brand*, dan sebagainya. Dalam menjalin kerja sama, praktikan melalui berbagai macam tahap yang terdiri dari:

a. Identifikasi Internal Lembaga

Hal pertama yang dilakukan praktikan untuk menjalin kerja sama dengan pihak lain adalah melakukan identifikasi mengenai lembaga, perusahaan atau organisasi, *brand* yang mengajak kerja sama ataupun lembaga yang akan diajak bekerja sama. Praktikan akan melihat dan berdiskusi dengan pembimbing kerja apakah pihak lain tersebut cocok dengan media-media yang berada di bawah naungan MRA Media. Praktikan melakukan pekerjaan ini dengan melakukan *background check* terlebih dahulu melalui media sosial, *website*, dan artikel pemberitaan yang ada pada internet sebelum ikut serta dalam *meeting*. Setelah mendapatkan informasi *background* pihak terkait, praktikan mencatat data-data yang telah didapatkan, dan memberikan laporan yang berisi informasi data-data tersebut kepada pembimbing kerja. Lalu, pembimbing kerja akan menganalisis kembali sebelum diadakan *meeting*.

b. Sosialisasi

Tahap selanjutnya adalah sosialisasi yang mana pihak kedua dan pihak MRA Media khususnya tim *Public Relations & Business Communications* melakukan

meeting. Hal ini dilakukan untuk saling mengenal dan mengetahui mengenai program atau acara yang akan diselenggarakan seperti mempresentasikan detail acara secara detail, kapan, acara diselenggarakan, lokasi acara, *engagement* acara yang pernah diselenggarakan sebelumnya, ingin bentuk kerja sama seperti apa, dan keuntungan apa yang bisa diberikan untuk pihak MRA Media. Selain itu, dalam tahap ini juga akan saling menjelaskan terkait ketentuan kerja sama dari masing-masing pihak. Pada pekerjaan ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk mencatat *Minutes of Meeting (MoM)* terkait dengan isi pembicaraan saat *meeting* maupun hal-hal penting yang ada pada *deck* presentasi yang ditampilkan oleh pihak kedua. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam membuat surat penawaran kerja sama antara MRA Media dan pihak kedua. Setelah mencatat *Minutes of Meeting (MoM)*, praktikan mengirim notulensi tersebut ke grup WhatsApp tim *Public Relations & Business Communications* MRA Media. Praktikan menggunakan format yang diarahkan oleh pembimbing kerja untuk mencatat hasil *meeting* terkait kerja sama. Pertama, praktikan akan mencatat siapa saja dari pihak MRA Media yang ikut serta dalam *meeting* dan mencatat nama dari pihak kedua yang ada dalam *meeting* tersebut. Kedua, praktikan mencatat kapan *meeting* tersebut berlangsung beserta lokasi *meeting*. Ketiga, praktikan mengklasifikasikan terkait kebutuhan atau informasi dari pihak kedua dan mencatat dari pihak MRA Media bisa mendapatkan apa saja.

c. Perencanaan

Tim *Public Relations & Business Communications* MRA Media akan melakukan perencanaan terlebih dahulu sebelum sepakat untuk bekerja sama. Praktikan diberikan tanggung jawab untuk melakukan pengumpulan data yang meliputi detail acara, lokasi dan tanggal, target audiens, dan sudah bekerja sama dengan pihak apa saja. Setelah itu, praktikan diarahkan oleh audiens untuk membuat *draft SPK* yang berisi mengenai media apa yang dapat diajak bekerja sama dari MRA dan dari pihak MRA Media juga akan menuliskan ingin mendapatkan *benefit* apa saja. Setelah membuat *draft SPK*, praktikan mengirimkan dokumen tersebut kepada pembimbing kerja.

d. Kesepakatan dan Kesepahaman

Dalam hal ini, SPK sudah disetujui oleh kedua belah pihak yang mana sudah saling sepakat terhadap hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Jika sudah

disetujui praktikan mengirimkan SPK tersebut ke grup *Public Relations & Business Communications* MRA Media untuk dicek kembali.

e. Pelaksanaan

Ketika kedua pihak sudah ada tanda tangan keduabelah pihak, maka masing-masing kewajiban sudah harus dilakukan. Dalam hal ini praktikan membantu pendamping kerja untuk mencantumkan logo-logo media yang bekerja sama dengan pihak tersebut ke dalam poster acara. Selain itu, praktikan juga membantu pendamping kerja untuk melakukan order spot ke stasiun radio.

Beberapa pekerjaan di atas merupakan tanggung jawab pekerjaan yang diberikan kepada praktikan. Namun praktikan tidak sampai ke tahap evaluasi, karena hal tersebut dilakukan saat *weekly meeting* yang hanya terdiri dari karyawan tetap.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Pada saat menjalani masa Kerja Profesi di MRA Media, praktikan mengalami kendala-kendala yang mana beberapa kendala tersebut berasal dari diri sendiri maupun pihak-pihak lain. Kendala-kendala yang dialami oleh praktikan adalah sebagai berikut:

3.3.1 *Media Event Handling*

1. Beberapa rekan media cukup lama dalam memberikan balasan atau *feedback* mengenai konfirmasi kehadiran pada acara yang akan diselenggarakan.
2. Keterbatasan *budget* dalam melaksanakan salah satu *event*, sehingga tidak ada *budget* untuk memberikan souvenir kepada media.
3. Beberapa rekan media yang telah diundang tidak menghadiri acara yang diselenggarakan.
4. Terdapat media yang mengambil *goodiebag* dengan jumlah banyak atau yang biasa disebut dengan *goodiebag hunter*. Padahal sudah ditentukan bahwa satu media hanya mendapatkan satu *goodiebag* atau *souvenir*.
5. Terdapat tamu undangan acara yang menduduki kursi yang disiapkan untuk media.

3.3.2 Press Release

1. Melakukan transkrip wawancara melalui *voice note* dalam bahasa Inggris, karena terkadang *pronunciation* kurang jelas dan berbicara terlalu cepat.
2. Adanya perbedaan format *press release* yang dipelajari secara teori dan praktiknya, seperti dalam praktiknya *press release* bisa memasukkan kutipan dari 3 sampai 7 narasumber dan bisa lebih dari 1 halaman.

3.3.3 Media Monitoring

1. Praktikan belum pernah melakukan media monitoring dan membuat laporan kegiatan media monitoring.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam upaya menghadapi beberapa kendala yang terjadi pada tempat Kerja Profesi, praktikan mendapatkan berbagai saran dari pendamping kerja yang dapat dielaborasi menjadi solusi untuk menghadapi kendala tersebut. Sehingga hal-hal yang berkaitan dengan kendala tetap dapat berjalan dengan lancar.

3.4.1 Media Event Handling

1. Praktikan mencoba *follow-up* rekan-rekan media melalui *WhatsApp* untuk mengingatkan dan melakukan konfirmasi kehadiran ke acara yang akan diselenggarakan.
2. Tim *Public Relations & Business Communications* melakukan kerja sama dengan salah satu desainer yang ada pada *event* tersebut yang mana keuntungan dari kerja sama tersebut adalah, MRA Media mendapatkan produk untuk dibagikan kepada rekan-rekan media sebagai *souvenir*.
3. Praktikan mengirimkan *media kit* yang berisi *press release* dan foto-foto acara melalui *email* atau *WhatsApp*. Praktikan juga izin untuk meminta alamat rekan-rekan media yang tidak hadir pada acara

tersebut. Alamat tersebut akan digunakan untuk mengirimkan *souvenir* dari *event* yang telah diselenggarakan.

4. Memberikan informasi kepada wartawan tersebut bahwa satu media hanya bisa mendapatkan satu *goodiebag* atau *souvenir*.
5. Memberikan informasi kepada tamu tersebut bahwa tempat duduk itu khusus media dan mengarahkan tamu tersebut ke tempat duduk khusus tamu.

3.4.2 Press Release

1. Melakukan konfirmasi kepada narasumber mengenai ketepatan *quotes* yang sudah ditranskrip untuk menghindari kesalahan.
2. Mengikuti format yang diarahkan oleh pembimbing kerja dan mempelajari *press release* terdahulu yang dikeluarkan oleh MRA Media.

3.4.3 Media Monitoring

1. Secara bertahap, mempelajari dokumen laporan *media monitoring* terdahulu dan membaca artikel pemberitaan secara *screening*.