

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam melaksanakan kerja profesi yang dilaksanakan di PT. Robagu Kreasi, praktikan menjadi Media Monitoring dan *Support Media Sosial*.

3.1.1 *Media Monitoring*

Pekerjaan seorang Media Monitoring adalah bertanggung jawab penuh untuk menyortir berita negative yang bermunculan mengenai client. Kegiatan Media Monitoring adalah salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh Hubungan Masyarakat dari sebuah perusahaan yang menjadi sebuah proses evaluasi media relations. Media relations dapat dikatakan berhasil jika media massa memberikan feedback berupa sebuah pemberitaan yang sesuai dengan fakta. Seorang Media Monitoring diberikan tanggung jawab untuk penyortiran berita yang dilakukan setiap bulan untuk melihat seberapa banyak berita negative yang bermunculan. Untuk dapat mengetahui keberhasilan ini, maka perlu dilakukan Media Monitoring dengan tujuan untuk membedah pemberitaan yang dilakukan oleh media massa. Berita yang muncul tidak selalu berasal dari portal berita online namun bisa juga dari TV, radio, koran, ataupun majalah. Kepentingan dari adanya proses ini juga untuk memantau sekaligus mengetahui bagaimana opini publik mengenai perusahaan klien, serta berapa banyak publikasi yang dihasilkan oleh para media massa untuk perusahaan. Dari Media Monitoring ini juga kita dapat mengetahui opini yang dikeluarkan oleh media apakah berbunyi negatif, positif, atau netral. Dari proses ini juga seorang pemantau media dapat mengambil langkah guna meminimalisir terjadinya dampak yang lebih besar terhadap masalah yang berkaitan dengan perusahaan serta menghindari terjadinya krisis seandainya berita yang ditayangkan oleh media berbunyi negatif.

Selain itu Media Monitoring sangat diperlukan untuk membantu menemukan pengambilan kebijakan, serta dengan cara Media Monitoring inilah merupakan salah satu tugas yang penting untuk dijalankan oleh seorang public relations. Terkait dengan persoalan sebelumnya, seorang public relations berperan juga dalam mengontrol isu yang terjadi terhadap perusahaan sebelum

tercampur tangan oleh pemberitaan-pemberitaan di media serta selama isu masih berjalan. Bagi perusahaan Media Monitoring dapat berperan penting karena perusahaan akan melihat bagaimana tanggapan masyarakat mengenai perusahaan tersebut, dari tanggapan-tanggapan masyarakat, perusahaan dapat mengetahui pandangan-pandangan yang diberikan sehingga perusahaan dapat membuat evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan. Setelah mengetahui bagaimana tanggapan dari masyarakat sebelumnya setelah melihat kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan, perusahaan akan melakukan evaluasi terhadap tanggapan-tanggapan yang diberikan masyarakat untuk melihat dibagian mana perusahaan memiliki kekurangan, hal ini lah yang membuat media monitoring menjadi peranan penting bagi perusahaan.

Robagu Kreasi saat ini memiliki beberapa klien yang diajak untuk bekerja sama dalam bagian *public relations*, diantaranya terdapat KADIN Indonesia, Asean Energy Business Forum (AEBF), Fujifilm, dll. Pada saat bekerja praktikan hanya diminta untuk memegang dua klien saja yaitu KADIN Indonesia dan Asean Energy Business Forum (AEBF). Praktikan diberikan kepercayaan untuk memegang media monitoring terhadap kedua perusahaan tersebut. Dengan hal ini praktikan diharuskan untuk selalu memperhatikan seluruh kegiatan monitoring terhadap kedua perusahaan tersebut setiap harinya, namun tidak menutup kemungkinan untuk membantu rekan kerja lainnya dalam hal lain seperti membantu desain poster untuk klien lain, membantu mendesain konten untuk postingan instagram, dan tidak menutup kemungkinan juga untuk selalu *standby* jika terjadi acara undangan dari klien-klien secara mendadak.

Aktivitas utama *Media Monitoring* adalah untuk memunculkan informasi terkait tentang posisi perusahaan terhadap perusahaan kompetitornya, sehingga perusahaan dapat mencari strategi bisnis, apakah perusahaan harus mengejar ketertinggalan atau dapat memperbaiki beberapa hal saja. Pada intinya, tugas dari seorang Media Monitoring diantaranya meliputi :

1. Mengsortir berita negative yang termasuk ke dalam *Media Monitoring (Daily)* yang muncul mengenai perusahaan yang berkerja sama.
2. Melakukan *Media Coverage* untuk mengetahui jumlah berita mengenai perusahaan yang muncul setiap bulannya.
3. Melakukan *Media Clipping* untuk mengsortir suatu berita yang spesifik mengenai suatu event yang di jalankan oleh suatu perusahaan.

Sebagai seorang Media Monitor, terdapat beberapa skills atau kemampuan yang harus dikuasai, diantaranya meliputi :

1. Mempunyai manajemen waktu yang baik, dalam *Media Monitoring* terdapat waktu batas pengumpulan, yang dimana diharuskan untuk mengumpulkan semua berita negative yang ada pada hari itu, dan harus dikumpulkan pada hari itu juga.
2. Mempunyai skill research yang baik, dalam *Media Monitoring* kemampuan research ini sangat diperlukan karena di haruskan untuk menggali semua berita yang bermunculan, dan harus memastikan apakah berita tersebut benar naik atau tidak.
3. Mempunyai tingkat ketelitian yang tinggi, dalam *Media Monitoring* harus memiliki tingkat ketelitian tinggi, karena dalam mencari berita kita harus mengetahui isi dari berita tersebut apakah masuk kedalam berita yang positif atau termasuk kedalam berita yang negative.

A. Pekerja Utama

1. Media Monitoring (Daily)

Dalam melakukan praktik media monitoring tentunya seseorang membutuhkan pengelolaan (management media) yang baik serta teratur guna dapat mencapai tujuan utama, keinginan, dan kepuasan klien bagi instansi atau perusahaan yang dimiliki. Sehingga untuk mencapai segala macam pencapaian tersebut diperlukan berbagai macam perancangan rencana dan persiapan agar tugas dapat berjalan dengan teratur dan hasil yang didapatkan bisa lebih maksimal. Menurut Nana Sudjana dalam buku Ajar Perencanaan Pembelajaran (Yowelna Tarumasely, 2022:5), mengatakan bahwa perencanaan merupakan sebuah proses yang sistematis dalam pengambilan keputusan mengenai tindakan yang akan dilakukan pada waktu yang akan datang.

Hal-hal seperti perancangan rencana dan persiapan merupakan proses yang memiliki hubungan dengan mata kuliah yang telah di praktikan pelajari sebelumnya yaitu salah satu materi yang ada didalam mata kuliah Hubungan Masyarakat Online. Melalui mata kuliah tersebut praktikan telah mempelajari berbagai macam cara untuk membangun atau merancang sebuah perencanaan melalui konsep SOSTAC atau Situation Analysis (analisis situasi), Objektif, Strategi, Taktik, Aksi, dan Control (kendali). Aspek-aspek tersebut tentu nya

sangat penting sebagai dasar materi dalam menjalankan tugas sebagai praktisi media monitoring.

Media Monitoring dilakukan setiap hari nya dengan cara mengumpulkan berita-berita yang terdapat pada seluruh platform media. Berita yang dikumpulkan juga tidak hanya berasal dari media-media yang ada di Indonesia saja namun juga bersal dari media-media internasional. Namun, dalam media internasional lebih banyak membahas isu global saja seperti perjamuan adanyabencana alam di dunia, deklarasi peperangan, atau bahkan bisa dalam ruang lingkup ASEAN saja. Media monitoring dilakukan denganmengumpulkan berita negative yang dapat merugikan perusahaan, cara untuk mengetahui bagaimana berita tersebut dapat dikategorikan sebagai berita negatif adalah dengan melihat tutur kata atau kalimat yang dilontarkan oleh media-media yang dapat menyinggung, mengkritik, dan menghina perusahaan.

Pada pelaksanaan praktik kerja profesi berlangsung, praktikan telah melakukan kegiatan media monitoring selama 3 bulan dengan pelaksanaannya 20 hari pada bulan juni dengan total jumlah berita 477 berita, dimana berita tersebut menyangkut salah satu klien yang dipegang oleh Robagu Kreasi yaitu KADIN Indonesia. Pada bulan Juli dengan total 26 hari terdapat jumlah BERITA dengan total 181 dengan menyangkut salah satu klien Robagu Kreasi yaitu Asean Energy Business Forum (AEBF). Dan pada bulan Agustus dengan total 31 hari terdapat jumlah berita sebanyak 310 dengan menyangkut salah satu klien Robagu Kreasi Asean Energy Business Forum (AEBF). Dengan ini jumlah total berita yang telah di monitoring oleh praktikan berjumlah 968 berita negatif yang bersangkutan dengan klien Robagu Kreasi pada saat praktikan berkerja yaitu KADIN Indonesia dan Asean Energy Business Forum (AEBF).

B. Pekerjaan Tambahan

1. Media Coverage

Menurut Lewis et al, dalam Strauss & Meer (2017), surat kabar terutama pada laporan analisis dan keuangan, dapat digunakan untuk membentuk citra publik dan legitimasi sebuah perusahaan sehingga nantinya dapat mempengaruhi keputusan pedagangan investor. Selain itu, mengingat bahwa berita seperti itu dapat menjadi sumber yang akurat jika kita dapat menikmati berita tersebut, yang didalamnya memiliki tingkat kehandalan dan relevansi yang

tinggi, hal ini membuat berita tersebut dapat cenderung mempengaruhi pandangan investor. Terdapat dua alasan yang dapat membuat investor lebih mengandalkan liputan media jika ingin membuat keputusan investasi. Dalam Staruss & Meer (2017) pertama, seseorang yang berada dalam kelompok dengan kepentingan yang sama cenderung mengonsumsi informasi serupa, seperti media keuangan, dan cenderung berpikir serta bertindak dengan cara yang sama, mengikuti perilaku kelompok. Selain itu, untuk mengantisipasi pendapat pasar yang dominan, investor mengikuti konsensus pasar, yang dapat dipengaruhi oleh media keuangan.

Media massa atau *Mass Media* mempunyai kekuatan untuk menyebarkan informasi mengenai sebuah perusahaan kepada masyarakat, dengan hal ini dapat menabangkitkan perhatian yang nantinya diberikan kepada investor dari perusahaan-perusahaan ini. Kita dapat melihat dari perspektif ekonomi umum, pada (Strauss & Meer, 2017) Shiller berpendapat jika media ditakdirkan untuk menarik perhatian investor yaitu dengan melaporkan saham yang telah melakukan perubahan dengan harga yang melebihi kemampuan perusahaan-perusahaan lain. Hal ini dapat menyebabkan fluktuasi harga yang berkelanjutan. Ketika media turut berperan, bukti menunjukkan bahwa media dapat memfasilitasi pembentukan pemahaman dan kesan investor tentang perusahaan IPO (Bhattacharya, Galpin, Ray, & Yu, 2009). Selain itu, paparan dari media dapat memberikan informasi dan interpretasi mendalam kepada investor, yang pada akhirnya meningkatkan visibilitas perusahaan. Visibilitas perusahaan IPO dapat meningkatkan statusnya, membantu memperoleh legitimasi di mata investor (Guldiken et al., 2017).

Dalam melakukan *Media Monitoring*, *Media coverage* ini merupakan salah satu tugas tambahan yang dimiliki oleh praktikan di PT. Robagu Kreasi. Tugas ini dilaksanakan oleh praktikan setiap kali sehabis di adakan nya suatu event atau acara milik perusahaan klien yang berada dibiawah naungan agensi. Praktikan akan diberikan tugas untuk mengumpulkan seluruh berita-berita yang telah ditulis oleh seluruh media pemberitaan yang telah diundang ke acara tersebut dan seluruh media yang ikut serta dalam menyebarkan berita mengenai acara yang digelar oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Kegiatan ini dilakukan untuk mengirimkan list berita terhadap klien.

Tujuan dari media coverage ini sendiri adalah bentuk kepercayaan klien terhadap agensi, dengan melihat seberapa banyak media massa yang sudah mempublikasikan berita yang berkaitan dengan perusahaan, Hal ini juga dapat memastikan bahwa berita yang ditulis mengenai acara yang mereka adakan relevan dan juga menggunakan konten dari berita tersebut sebagai bentuk patokan agar perusahaan bisa mendapatkan feedback mengenai acara yang telah diselenggarakan. Serta klien juga dapat menggunakan hal ini sebagai pengetahuan tambahan mengenai bagaimana pandangan pihak eksternal mengenai perusahaan milik mereka sekaligus untuk memperkuat image perusahaan. Manfaat terakhir dari media coverage ini juga untuk memastikan bahwa pesan-pesan dan informasi yang di bawakan dalam acara tersebut telah tersampaikan dengan baik terhadap seluruh undangan.

Pelaksanaan Media Coverage ini dilakukan atas permintaan dari perusahaan, sebagaimana biasanya media coverage ini dilakukan pada saat pelaksanaan suatu event tertentu yang melibatkan banyak pihak. Media Coverage ini dilakukan untuk mengetahui apakah event yang diselenggarakan sudah mendapatkan banyak perhatian media-media besar di Indonesia atau bahkan di dunia, biasanya dalam pelaksanaan ini bisa memunculkan ratusan berita positif, negatif, ataupun netral. Pelaksanaan media coverage dilakukan secara tidak menentu, tidak melihat seberapa banyak event yang diselenggarakan, jika perusahaan sedang berada dalam event jangka panjang, maka agensi harus selalu memantau bagaimana perkembangan event yang diselenggarakan tersebut setiap harinya.

2. Media Clipping

Kliping atau dalam bahasa inggris yaitu *Clipping* dapat diartikan sebagai guntingan dari suart kabar ataupun Koran. Media Klipping termasuk salah satu jenis media yang berbentuk cetak serta visual. Arsyad mengatakan (2014: 85). Media Kliping adalah sebuah media pembelajaran cetak berbentuk buletin yang berisi materi tentang analisis lingkungan bisnis. Buletin ini memuat artikel-artikel dari media cetak seperti Jawa Pos, Kompas, dan Radar Surabaya, serta menyediakan kolom jawaban untuk studi kasus yang telah dianalisis oleh siswa. Media Kliping termasuk dalam jenis media berbasis cetak dan visual.

Menurut Bahvati (2015), kliping merupakan kumpulan artikel, ulasan, tanggapan dari wawancara, dan sejenisnya yang berisi berbagai ilmu pengetahuan dan dijadikan sebagai koleksi dokumentasi. Fikri (2014) menyatakan bahwa kliping adalah kegiatan menggunting atau memotong bagian tertentu dari buku, koran, majalah, atau sumber lain, lalu menempelkannya pada media seperti buku atau karton. Tujuan dari kliping adalah mengumpulkan informasi yang relevan dan terorganisir. ini menurut Nurhikmat (2013), yaitu :

- 1) Dapat menyimpan dan melestarikan kekayaan intelektual manusia.
- 2) Berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan id maupun gagasan kepada orang lain.
- 3) Berguna untuk merangkum beberapa pemikiran dalam suatu bidang
- 4) Dapat memupuk kreativitas.
- 5) Berguna untuk menunjang pemenuhan keperluan informasi tertentu.

Dalam pembuatan media kliping terdapat dua buah teknik yang sering digunakan, menurut Maulan (2017) terdapat beberapa teknik pembuatan kliping yaitu :

1. Sistem Ordere

Menjelaskan mengenai teknik kliping, yang dibuat dalam bentuk sebuah bundle dengan tema tertentu tanpa perlu melihat urutan waktu, nama surat kabar atau Koran, dan kliping lainnya dapat menjadi sumber.

2. Sistem Exive

Menjelaskan bagaimana pembuatan kliping dititikberatkan kepada sumbernya dengan detail dengan harapan dapat melacak informasi atau sebuah peristiwa tertentu.

Bentuk pengerjaan dari media Clipping ini tidak jauh dari bentuk penugasan media coverage, penugasan ini memiliki jenis yang hampir serupa. Perbedaan dari media clipping dengan media coverage ini adalah permintaan klien, yang dimana seringkali klien akan meminta list berita dalam bentuk media visual. Contohnya adalah gambar tangkapan layar dari berita-berita yang telah disebutkan didalam list tersebut. Kumpulan dokumentasi tangkapan layar akan di paparkan dalam bentuk powerpoint. Adapun tujuan dari media clipping sendiri yaitu agar klien dapat mengetahui berita yang di list secara lebih spesifik dan

instan. Dalam media clipping ini sendiri klien seringkali meminta tambahan list mengenai berita yang dipublikasikan mengenai acara yang telah digelar oleh perusahaan dari media-media selain media online, yaitu media cetak dan media elektronik.

3) **Support Media Sosial**

Media Sosial adalah sebuah media online, dimana dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga masyarakat dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi form, blog, jejaring sosial, dll. Blog, jejaring sosial, dan blog merupakan bentuk media sosial yang saat ini sangat sering untuk kita temui, hal ini dikarenakan saat ini media sosial digunakan oleh seluruh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Sam Decker (Mass Relevance) media sosial merupakan konten dan interaksi digital dimana kegiatan ini dibuat oleh satu orang bersama dengan yang lainnya. Media sosial ini sendiri memiliki sisi positif dan sisi negatif. Dimana sisi positif dapat dilihat dari bagaimana kita dapat berinteraksi dengan banyak orang, kita juga dapat memperluas ruang lingkup kita sehingga hal ini bukanlah menjadi suatu masalah.

Di media sosial ini kita juga dapat melakukan dengan mudah untuk mengekspresikan diri dengan melakukan cara penyebaran informasi secara langsung dan dalam penggunaannya pun sosial media hanya memerlukan pemungutan biaya yang lebih murah. Sedangkan dalam sisi negatifnya, media sosial dapat menjauhkan diri kita untuk melakukan interaksi diri secara langsung kepada orang-orang disekitar kita ataupun sebaliknya, saat menggunakan media sosial interaksi tatap muka pun cenderung menurun, terkecuali kita berada di posisi yang membuat kita tidak bisa menggunakan sebuah media. Media sosial juga dapat mempengaruhi seseorang, dimana media sosial memberikan kecanduan terhadap seseorang sehingga hal ini dapat membuat konflik, masalah privasi, hingga dapat memberikan dampak buruk bagi orang lain.

Dalam hal ini menjelaskan bahwa media sosial dapat dimiliki oleh setiap masyarakat di seluruh penjuru dunia ini, dengan media sosial ini sendiri seseorang dapat menjadi lebih terbuka dihadapan publik, bahkan dengan seseorang yang belum pernah kita temui dalam hidup kita sekalipun. Media sosial memberikan peluang kepada setiap individu untuk dapat membangun

dirinya sendiri, yaitu dengan menciptakan dan membangun identitas individu dalam memasuki kehidupan di dunia maya (media sosial). Dengan identitas diri yang baru inilah yang akan mewakili seseorang dalam bersosialisasi di dunia virtual.

Di dunia agensi ini media sosial dapat berperan penting untuk membangun wajah baru bagi perusahaan, dengan memanfaatkan media sosial ini dapat memudahkan untuk membangun dan menyebarkan informasi mengenai perusahaan yaitu dapat melalui media sosial seperti blog, *Social Networking*, Instagram, dan beberapa media sosial lainnya. Selain itu media sosial juga dapat mengurangi biaya promosi bagi perusahaan baru atau *Start Up* yang ingin memulai membangun sebuah usaha. Media sosial juga memiliki jangkauan yang sangat luas dan memiliki kemudahan dalam mengakses suatu produk dalam mempromosikannya, dibandingkan dengan cara memasarkan secara konvensional (Ahmed & Zahid, 2014:546; Pane 2014:13).

Dalam melakukan praktik Kerja Profesi, Pratiikan juga menjalankan beberapa tugas lain yang masih memiliki hubungan dengan publikasi di sosial media yaitu Support Media Sosial. Dalam penugasan hal ini, praktikan disini berperan sebagai asisten terhadap account executive yang menjadi kepala tim media social dari perusahaan PT. Robagu Kreasi.

Dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan terhadap praktikan mengenai Support Media Sosial dapat berupa perancangan content plan yang dimana plan disini sudah mencakup hal-hal seperti konten apa saja yang akan di unggah dalam sosial media pribadi perusahaan serta pada tanggal berapa konten akan di unggah. Yang kedua yaitu membuat desain, konten yang membutuhkan desain contohnya seperti poster. Poster yang di unggah seringkali hanya untuk hari-hari penting atau hari perayaan, contohnya hari perayaan agama, hari kemerdekaan, atau hari jadi perusahaan. Desain yang telah dibuat akan di konsultasikan terlebih dahulu terhadap pengarah yaitu account executive dan tim media social perusahaan.

Selain itu praktikan juga memiliki tugas lain dalam membantu tim media social yaitu berupa *Copywriting*. Copywriting sendiri merupakan sebuah teknik berupa tulisan yang dapat digunakan pada media apapun yang memiliki tujuan untuk mempromisakan suatu produk usaha. Seseorang yang memiliki kemampuan Copywriting dapat memanfaatkan teknik ini untuk meningkatkan

skill pelaku usaha ekonomi. Dalam hal ini praktikan diberikan kepercayaan oleh tim media social dan perusahaan untuk melakukan kegiatan menulis atau membuat caption untuk konten di instagram pribadi perusahaan, hal ini dilakukan untuk menaikkan branding perusahaan tersebut melalui media social. Fungsi dari pembuatan caption ini sendiri ialah untuk mendeskripsikan sebuah informasi terkait konten yang diunggah. Maka dari itu praktikan diharuskan untuk selalu menulis keterangan aktivitas perusahaan dengan sedetail mungkin, sekaligus sesingkat mungkin agar pesan yang disampaikan kepada public dapat terlihat menarik karena di dalamnya sudah berisikan pesan yang lengkap, dan kemampuan ini juga digunakan untuk mengupdate aktivitas perusahaan yang terkini sehingga nantinya informasi mengenai perusahaan dapat tersampaikan dengan baik terhadap para koneksi yang tersambung melalui media sosial perusahaan.

4) Support Offline Event

Sebuah usaha dapat dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan, menciptakan lapangan pekerjaan, hingga berguna untuk memproduksi ataupun untuk menjual barang atau jasa kepada pelanggan. Sebuah perusahaan yang berkerja dalam bidang penyelenggaraan event akan memberikan pelayanan yang dalam hingga hampir dalam seluruh aspek. Fasilitas yang akan diberikan seperti bagaimana bentuk desain dari acara tersebut, bagaimana cara untuk menyusun tata letak untuk fasilitas yang diperlukan pada saat event atau acara nanti, bagaimana mempersiapkan tata cahaya, dan sebagainya.

Semua kebutuhan ini akan diperlukakn nanti menyesuaikan dengan bagaimana kebutuhan dari event atau acara tersebut.

PT. Robagu Kreasi tidak hanya berperan sebagai sebuah media handling melainkan dapat juga menjadi sebuah *Event Organizer*. *Event Organizer* (EO) ini sendiri merupakan sebuah kegiatan merencanakan dan merorganisir berbagai acara. Sebagai seorang event organizer, kita akan dibayar oleh klien ataupun sponsor dari sebuah acara untuk bertanggung jawab untuk menciptakan sebuah acara yang dapat menjadi sebuah pengalaman yang menyenangkan bagi tamu dan klien yang berkerja sama. Banyak event organizer yang saat ini menggunakan media sosial dalam mempromosikan

sebuah acara, sehingga hal ini dapat memudahkan mereka dalam menyebar luaskan informasi mengenai jasa yang diberikan oleh mereka. *Event Organizer* (EO) sendiri merupakan istilah dari masyarakat bagi sebuah perusahaan yang menjadi penyedia jasa profesional penyelenggaraan suatu acara, dan sebuah *event organizer* akan dikatakan menjadi pemimpin sebuah acara jika *event organizer* tersebut secara sah ditunjuk oleh clientnya, dan event organizer ini akan mengurus seluruh rangkaian acara, dimulai dari perencanaan awal, persiapan, sampai eksekusi saat acara tersebut berlangsung dan hingga evaluasi, dalam rangka membantu mewujudkan tujuan yang diharapkan client dalam membuat acara.

Dalam melakukan upaya melakukan promosi atau pemasaran dapat dilakukan dengan cara *Marketing Public Relations*. MPR ini sendiri merupakan sebuah strategi pemasaran yang dapat digunakan dengan berbagai teknik dan taktik PR, guna membangun citra yang positif kepada suatu perusahaan ataupun merk, demi meningkatkan kesadaran masyarakat dan juga pemahaman masyarakat terkait produk ataupun layanan yang diberikan, serta hal ini berguna untuk membangun hubungan yang baik antara suatu perusahaan dan konsumen, media, dan pemangku kepentingan lainnya.

Dalam melakukan Tugas ini merupakan satu-satunya tugas praktikan yang dilaksanakan secara langsung di lapangan. Dalam penugasan sebagai support offline event praktikan bekerja di bawah arahan anggota perusahaan yang bertugas sebagai pemegang kendali utama acara yang di adakan oleh perusahaan klien. Sistem pemberian tugas terhadap praktikan seringkali disampaikan secara on-site oleh pemegang kendali utama acara.

Contoh tugas yang pernah dilakukan praktikan adalah mengarahkan serta mendampingi tamu undangan untuk memasuki venue utama acara. Tugas kedua yang pernah juga dilakukan praktikan adalah mengurus dan mengolah data serta mengurus registrasi kehadiran para partisipan acara.

3.1 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Pekerjaan Utama

1. Melakukan Media Monitoring Berita Negative

a) Perencanaan

Dalam proses perencanaan yang dilakukan oleh praktikan dalam melakukan Media Monitoring adalah dengan membuat penjadwalan serta perancangan yang bertujuan untuk memudahkan praktikan dalam melakukan penugasan pada saat menjalani Kerja Profesi. Adapun beberapa kegiatan awal dalam perencanaan yang dilakukan praktikan yaitu dalam tahap utama melakukan perencanaan praktikan memastikan adanya kegiatan diluar kantor yang dapat memakan waktu yang lama, seperti contohnya mendatangi sebuah seminar. Hal ini dilakukan agar praktikan dapat mengantisipasi terjadinya jadwal yang tertabrak antar satu sama lain dan tugas yang ingin diselesaikan dapat dijalankan tanpa adanya gangguan dari kegiatan-kegiatan lain. Perencanaan dalam Media Monitoring juga berguna untuk memastikan pekerjaan dapat terselesaikan sebelum deadline terlewat.

Sebelum melakukan kegiatan media monitoring praktikan juga akan melakukan diskusi terlebih dahulu bersama dengan mentor untuk melakukan pengecekan ulang apakah berita yang ingin di monitoring sudah sesuai dengan keinginan dan sesuai dengan permintaan dari klien, apakah saat ini ada topik khusus yang perlu di *highlight*, apakah klien akan memintanya atau tidak, hal ini akan di diskusikan terlebih dahulu bersama mentor dan timnya. Jika tidak terdapat topik khusus dalam pemberitaannya, biasanya berita yang muncul akan sangat sedikit, sehingga angka yang dicapai sangat sulit untuk menembus angka 10, namun jika terdapat topik yang di highlight biasanya berita yang muncul itu akan ada lebih dari 50 sehingga nanti nya jika telah menembus angka 50, klien akan meminta untuk membuat media coverage, untuk mengetahui bagaimana pendapat dan pandangan publik terhadap perusahaan.

Dalam melakukan praktik kerja profesi, praktikan mengaplikasikan bagaimana diskusi yang telah direncanakan dapat dilaksanakan, terdapat beberapa langkah di dalamnya yaitu:

1) **Penyortiran Berita**

Dalam melakukan penyaringan berita, praktikan bertujuan untuk melakukan pensortiran informasi yang tidak diinginkan atau berpotensi merugikan klien PT. Robagu Kreasi, praktikan akan memulai proses penyaringan melalui aplikasi khusus yang dimiliki oleh perusahaan, yakni

aplikasi Newstensity. Langkah awal dilakukan dengan memasukkan kata kunci yang terkait langsung dengan klien perusahaan untuk memastikan bahwa berita yang diperoleh relevan dan tidak merugikan kepentingan atau citra klien PT. Robagu Kreasi. Hal ini dilakukan untuk melindungi reputasi dan kepentingan terbaik klien dari berbagai informasi yang dapat merugikan. Penyaringan berita menjadi suatu hal yang sangat penting, saat menggunakan aplikasi Newstensity ini, praktikan langsung melakukan proses penyaringan dengan memasukkan kata kunci dan parameter tertentu yang berkaitan langsung dengan klien. Dengan melakukan hal ini, seluruh informasi yang diperoleh akan difokuskan pada berita-berita yang relevan, dengan memunculkan berita-berita yang termasuk kedalam katagori berita positif, negatif, dan netral dari berbagai macam media. Praktikan akan kembali memilah dan memilih berita-berita yang akan memungkinkan adanya informasi yang negatif atau merugikan klien

- Robagu Kreasi.

Selain menggunakan aplikasi tersebut, praktikan juga melakukan penilaian manual terhadap berita-berita yang ditemukan, dan memastikan kembali bahwa informasi yang disajikan secara umum maupun khusus mengenai klien Robagu Kreasi sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam menjaga citra dan keberlangsungan bisnisnya. Dengan melakukan penyortiran berita ini akan memberikan perlindungan yang cukup bagi perusahaan klien secara efektif, dan hal ini dapat memastikan bahwa informasi yang disebar oleh media adalah berita yang benar, relevan, serta positif bagi perusahaan klien.

Setelah mengumpulkan seluruh berita yang bersifat relevan terhadap klien, praktikan akan membuat table di dalam bentuk file Microsoft Excel, dengan diberikan topik pada setiap berita yang muncul dan memberikan link berita, hal ini dilakukan agar nantinya saat file diberikan kepada klien, mereka mengetahui dari media mana saja berita tersebut dimunculkan dan apakah berita tersebut relevan dengan perusahaan klien.

2) **Komunikasi dengan Mentor**

Setelah melakukan penyortiran berita dan dikumpulkan pada Microsoft Excel, praktikan akan melakukan komunikasi dengan mentor, apakah berita yang di kumpulkan sudah sesuai dengan keinginan klien, apakah berita yang

dikumpulkan sudah termasuk kedalam kategori berita yang tidak relevan dengan klien.

Setelah melaksanakan penyortiran menyeluruh terhadap berbagai berita dari media-media yang ada dan telah berhasil mengumpulkannya dalam format Microsoft Excel, langkah selanjutnya yang diambil oleh praktikan adalah memasuki fase komunikasi yang penting dengan mentor. Komunikasi ini dilakukan untuk menjadi momen evaluatif guna memastikan bahwa semua informasi yang telah berhasil terkumpul sesuai dengan preferensi dan kebutuhan klien.

Dalam interaksi ini, praktikan akan menyajikan secara rinci semua data dan berita yang telah berhasil dikumpulkan dari berbagai sumber terutama pada aplikasi Newstensity, kemudian bersama dengan mentor, akan dilakukan analisis. Hal ini bertujuan untuk menilai apakah informasi yang terkumpul sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh klien. Pertanyaan yang sering muncul antara lain apakah berita yang dikumpulkan sudah termasuk ke dalam kategori yang relevan dengan kepentingan dan apakah dengan munculnya berita tersebut dapat merusak citra yang telah dibangun oleh klien, atau sebaliknya, apakah terdapat berita yang tidak sesuai dan sebaiknya dieliminasi karena tidak relevan.

Tujuan dari komunikasi dengan mentor adalah untuk memastikan bahwa semua berita yang telah dikumpulkan memiliki nilai berita yang sesuai dengan standar yang ditetapkan, serta memastikan bahwa hanya informasi yang dapat menggiring opini masyarakat terhadap perusahaan yang dapat membuat pandangan perusahaan di masyarakat menjadi buruk. Dengan demikian, langkah ini merupakan bagian integral dari proses penyaringan informasi yang cermat dan bertujuan untuk menghasilkan laporan atau informasi yang akurat dan sesuai dengan kebutuhan PT. Robagu Kreasi.

3) Melakukan Pengecekan Secara Manual di Platform Lain

Setelah menjalin interaksi dengan mentor guna memastikan bahwa proses penyortiran berita telah sesuai dengan harapan klien, langkah selanjutnya bagi praktikan adalah melakukan pengecekan ulang secara manual. Tahap ini melibatkan serangkaian langkah, di mana awalnya praktikan akan kembali menggunakan aplikasi Newstensity untuk memastikan bahwa semua

berita yang telah terkategori sesuai telah dimasukkan dengan lengkap ke dalam format Excel.



Selain itu, praktikan juga akan melakukan langkah tambahan yaitu melakukan pencarian manual berita negatif melalui website Google dengan menggunakan kata kunci atau topik yang sama serta rentang waktu yang serupa. Tujuannya adalah memastikan bahwa berita yang terpapar di media telah tercakup secara menyeluruh dalam data yang terkumpul. Dengan cara ini, praktikan memverifikasi bahwa tidak ada informasi negatif yang terlewat dan semua laporan atau berita yang dihasilkan telah mencakup informasi yang telah dipublikasikan secara luas.

4) Mengumpulkan File Media Monitoring

Dan langkah terakhir adalah mengumpulkan file media monitoring dalam satu file drive bulanan sehingga jika ingin melakukan pengecekan ulang terhadap berita yang ada menjadi lebih mudah.

Dalam melakukan tugas Media Monitoring, praktikan melakukan pemantauan dalam beberapa jenis media. Praktikan akan melakukan pemantauan media sesuai dengan permintaan klien. Beberapa klien ada yang hanya meminta praktikan untuk hanya memantau salah satu jenis media saja. Namun tak sedikit dari mereka yang juga seringkali meminta untuk melakukan Media Monitoring mengenai perusahaannya melalui media-media lainnya. Media-media yang di geluti antara lain media online, media cetak, serta media elektronik. Berikut penjelasan mengenai media-media berita yang telah disebutkan:

a. Platform Berita Media Online

Dalam melakukan pemantauan media melalui media online, praktikan akan mengambil dan memantau berita melalui media-media seperti situs berita online (website) serta sosial media. Dalam memantau berita melalui situs berita online, praktikan akan mencari kata kunci dalam kolom pencarian yang sekiranya terkait dengan topik yang di tuju oleh perusahaan klien, entah isu yang berkaitan dengan mereka ataupun nama dari acara yang baru saja dilaksanakan, lalu praktikan akan menulis daftar berita dengan cara memaparkan judulnya serta link dari berita terkait. Hampir sama seperti situs berita online, praktikan juga akan mencari kata kunci mengenai hal yang terkait dengan permintaan klien di beberapa sosial media seperti twitter, instagram, facebook, dan masih banyak lagi. Namun di sosial media kemungkinan konten yang ada merupakan umpanbalik secara to the point dari seorang individu dibandingkan konten dari situs berita online.

Sedangkan berita yang ditulis dalam situs online kebanyakan akan berbentuk lebih formal, maka dari itu saat mengirimkan daftar nya praktikan seringkali hanya akan diminta

mengirimkan link atau tautan berita. Untuk Media Monitoring di sosial media praktikan akan mengirimkan list berupa tangkapan layar yang di letakkan dalam media clipping.

b. Platform Berita Media Elektronik

Monitoring Media yang dilakukan oleh praktikan melalui media elektronik contohnya adalah melalui berita-berita yang ada di televisi atau radio. Dalam melakukan media monitoring berita televisi praktikan juga akan melakukan pemantauan melalui situs YouTube yang memuat ulang konten berita yang ada di televisi. Selain memantau pesan-pesan serta konten yang disiarkan dalam berita tersebut, praktikan juga akan melihat pesan-pesan yang dituliskan oleh pihak lain pada kolom komentar. Saat mengirimkan daftar berita tersebut praktikan akan mengirimkan tangkapan layar berita, link dari video berita, beserta komentar-komentar yang sekiranya bisa memberikan dampak-dampak tertentu terhadap perusahaan klien. Media elektronik seringkali memiliki isi yang lebih detail dan bervariasi dibandingkan dengan konten dalam berita-berita media online. Opini yang disampaikan juga bervariasi karena seringkali media elektronik akan meliput beberapa hadirin lain untuk menjadi support dalam berita.

c. Platform Berita Media Cetak

Contoh dari media cetak yang di pantau oleh praktikan adalah berita-berita yang berkaitan dengan perusahaan klien yang ditulis pada media berita koran atau majalah. Berita ini dapat dibidang tidak mudah untuk didapatkan, tidak semudah untuk mendapatkan berita-berita di media online serta media elektronik. Media online dan media elektronik dapat diakses kapanpun serta dengan cara apapun. Untuk mendapatkan berita melalui media cetak koran merupakan salah satu yang sulit karena kebanyakan dari perusahaan pemilik media berita koran sudah bertransisi menjadi media online yang berbentuk situs berita online terutama semenjak dunia telah memasuki era elektronik. . Lalu, dalam melakukan pemantauan berita melalui media cetak, praktikan beserta anggota perusahaan akan menjalankan sejika itu diminta oleh klien saja.

Cara agar mempermudah pemilihan media cetak apa yang akan dipantau, praktikan beserta perusahaan akan melihat terlebih dahulu list berita yang dicangkup dalam media-media cetak yang dituju, daftar tersebut dapat dicek melalui website berita. Sejika isi konten menyangkut isu-isu mengenai perusahaan kliensetelahnya praktikan akan melakukan pemantauan media secara langsung pada media cetak tersebut. Dalam proses mengirimkan daftar berita media cetak kepada klien, praktikan akan memaparkan kesimpulan isi berita

beserta tangkapan gambar dari tulisan yang telah di analisis. Klien seringkali meminta pemantauan media melalui media cetak, karena berita yang ada dalam media online seringkali berbeda di media cetak walaupun dari instansi yang sama. Media cetak bersifat lebih detail dan panjang dalam penulisan beritanya, sedangkan media online lebih sering menuliskan beritanya lebih singkat. Maka dari itu klien sering meminta keduanya karena untuk memastikan.

3.2.2 Pekerjaan Tambahan

1. Media Coverage

Dalam proses pelaksanaan media coverage ini tidak membutuhkan pengaplikasian sistem SOSTAC seperti kegiatan lainnya, dalam mengerjakan media coverage beritanya dapat di lihat selama kurang lebih satu minggu, karena dalam kegiatan ini berita akan terus bermunculan terutama pada hari terjadinya suatu acara besar yang dapat dihadiri oleh orang banyak. Pelaksanaan media coverage ini dilakukan atas permintaan dari perusahaan klien untuk dapat mengetahui seberapa banyak berita yang muncul terkait dengan acara yang diselenggarakan oleh perusahaan tersebut, apakah perusahaan tersebut sudah berhasil dalam mengadakan acara atau belum, hal itu dapat dilihat dari seberapa banyak berita yang diterbitkan media-media dan hal tersebut dapat dilihat melalui media coverage.

2. Media Kliping

Dalam pelaksanaan media kliping ini hampir sama dengan kegiatan media coverage yang dimana dalam pelaksanaannya tidak dibutuhkan perencanaan yang spesifik. Pengerjaan media kliping ini akan berjalan setelah praktikan telah menyelesaikan kegiatan media coverage sehingga dalam pelaksanaan media kliping ini hanya perlu memindahkan berita saja namun, dalam bentuk powerpoint. Kediatan media kliping ini lah yang akan diberikan kepada klien dalam bentuk file, media kliping ini akan menjadi pegangan bagi para perusahaan untuk melihat bagaimana dan sejauh perkembangan yang di dapatkan oleh perusahaan dengan melalui acara yang telah diselenggarakan.

1. Support Media Sosial

a) Perencanaan

Dalam proses perencanaan yang dilakukan oleh praktikan yaitu menggunakan konsep SOSTAC. Dimana tahapan yang pertama itu melakukan *Situation Analysis*, dengan melakukan bersama dengan mentor, praktikan melakukan *brainstorming* terkait hal-hal yang saat ini sedang relevan di era saat ini, sehingga nantinya praktikan dapat menyesuaikan dengan identitas perusahaan. Perancangan ini dibutuhkan agar dapat menyiapkan keperluan

konten-konten media sosial selama satu bulan kedepan. Dalam perancangan konten *Media Sosial* biasanya akan dibuat setelah praktikan mendapatkan instruksi dari Account Executive yang memegang akun media sosial Robagu Kreasi. Hasil dari *brainstorming* ini menghasilkan sebuah rubrik yang akan menjadi acuan dalam pembuatan konten yang bersifat informatif dan edukatif. Lalu dalam tahapan membuat *strategy* dalam pembuatan konten praktikan diminta untuk memberikan ide yang paling creative agar konten tersebut nantinya dapat menarik perhatian para pengikut atau *follower* media sosial dari Robagu Kreasi tersebut. Setelah itu, praktikan akan melakukan tahapan selanjutnya yaitu penyusunan *Tactics* yaitu setelah ide perencanaan selama satu bulan kedepan untuk di publikasikan di *platform Media Sosial* selesesai, praktikan diminta untuk mengirimkan kembali file bias dalam bentuk link atau pun *file* dalam bentuk *pdf* kepada Account Executive yang memegang *Media Sosial* Robagu Kreasi, dan tim *Media Sosial* Robagu Kreasi akan melakukan pengecekan kembalikan terkait konten yang diminta, apakah konten yang disusun dan dibuat oleh praktikan sudah benar atau belum. Setelah mendapatkan *feedback* dan *approval* dari tim *Media Sosial*, lalu pada tahap selanjutnya akan melakukan diskusi untuk melakukan penjadwalan setiap unggahan kontennya.

CONTENT SCHEDULE - INSTAGRAM ROBAGU KREASI

JUNE 2023

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
				1 HARI LAHIR PANCASILA	2	3
4 HARI WAISAK	5	6	7	8	9	10
11	12 FOTO: DEFINISI MEDIA HANDLING	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22 ULANG TAHUN KOTA JAKARTA	23	24
25	26	27	28	29 IDUL ADHA	30 RECAP CLIENT	

■ EDUKASI ■ UMUM ■ RECAP CLIENT

Gambar 3.2 Content Planning

Sumber: Robagu Kreasi

1. Instagram

Media Sosial Instagram biasa digunakan oleh agensi sebagai bentuk promosi mengenai produk atau jasa yang diberikan oleh agensi dan memiliki keterkaitan dengan organisasi dan perusahaan yang berkerja sama. Pada *Media Sosial* Instagram, praktikan bersama dengan tim melakukan perencanaan terhadap apa saja yang akan dilakukan pada

bulan selanjutnya. Perencanaan ini dibuat dalam kalender yang dimana hal ini berguna untuk mempermudah seluruh kegiatan tim Media Sosial lainnya jika ingin melihatnya. Dalam Instagram sendiri praktikan hanya ditugaskan untuk membantu membuat desain konten dan membantu dalam hal *copywriting*. Dalam mendesain konten itu sendiri, desain konten yang dibuat oleh praktikan lebih tertuju kepada konten peringatan hari nasional. Konten ini diberikan kepada praktikan karena pembuatannya lebih mudah dibandingkan dengan pembuatan konten lainnya, dan konten ini bersifat informative karena berguna untuk mengingatkan kepada para pengikut atau follower Media Sosial Instagram dari Robagu Kreasi itu sendiri.

a) Feeds

Untuk merencanakan pada perencanaan konten feeds pada Instagram ini terdapat hal yang pertama kali dilakukan oleh praktikan ialah melihat kalender hari nasional, hal ini dilakukan untuk menandai konten-konten pada hari besar yang setelahnya akan di posting pada feeds Instagram Perusahaan. Setelah melakukan itu, praktikan akan melakukan desain yang akan diberikan kepada tim media sosial, untuk melihat apakah desain yang telah dibuat oleh praktikan dapat di publikasikan pada Instagram Perusahaan. Selain mendesain konten feeds dalam Instagram praktikan juga membantu dalam membuat *copywriting* untuk caption Instagram tersebut.

Dalam membantu membuat *copywriting* ini praktikan diharuskan untuk mempelajari *basic* dari *copywriting* terlebih dahulu, yang nantinya akan langsung di praktikan dalam sebuah postingan konten Instagram sehingga nantinya akan mengetahui apakah *caption* Instagram yang dibuat oleh praktikan sudah sesuai dengan keinginan dari tim media sosial Robagu Kreasi.

Dalam membantu merencanakan konten feeds di Instagram Robagu Kreasi yaitu @robagukreasi, praktikan telah membantu membuat desain kontenpostingan sebanyak 9 konten, namun konten postingan tersebut tidak jadi di post karena desain konten yang dibuat oleh praktikan tidak sesuai dengan keinginan tim media sosial dari Robagu Kreasi, namun dalam hal ini praktikan juga membantu dalam hal *copywriting*, yaitu membuat caption untuk postingan Instagram Robagu Kreasi, praktikan telah membantu dalam *copywriting* konten postingan Instagram sebanyak 3 postingan.



Gambar 3.3 *Content Feeds Copywriting Event Swisscham Indonesia*

Sumber: Instagram @robagukreasi

b) Produksi
1. Instagram

Pada kegiatan memproduksi konten yang dilakukan oleh praktikan pada Media Sosial Instagram ini berfokus kepada feeds saja. Dalam pembuatan Feeds Instagram, praktikan mempersiapkan desain dan juga referensi yang nantinya akan di perlihatkan kepada tim media social dari Robagu Kreasi, sehingga nantinya saat melakukan desain dapat menyesuaikan dengan gradasi warna dan bentuk yang telah disesuaikan oleh tim media social, namun ketika memulai mendesain konten untuk Instagram, praktikan membuat beberapa desain konten untuk feeds Instagram sehingga nantinya jika diberikan kepada tim media social akan mengurangi kemungkinan untuk melakukan revisi mendesain ulang.

Tim media social Robagu Kreasi memberikan kebebasan kepada praktikan untuk bisa berkarya dengan leluasa tanpa adanya tekanan dari tim media social. Tim media social dari Robagu Kreasi juga membantu mempermudah pekerjaan dari praktikan dengan meminjamkan account perusahaan selama praktikan berkerja di perusahaan Robagu Kreasi, dengan memberikan akun Canva perusahaan, praktikan menjadi lebih mudah dan fleksibel dalam pemilihan bentuk elemen-elemen yang ada pada Canva Pro tersebut.

a) Feeds

Produksi yang dilakukan praktikan dalam membuat feeds Media Sosial Instagram Robagu Kreasi ini adalah dengan menggunakan Canva, menggunakan format perbandingan skala 1:1. Produksi konten yang dilakukan oleh praktikan pertama kali ialah melakukan penyesuaian warna serta melakukan penyesuaian elemen yang sebelumnya telah ditentukan oleh tim media social dan warna yang digunakan juga harus menyesuaikan dengan identitas perusahaan. Setelah melakukan penyesuaian warna serta elemen, praktikan segera memulai melakukan pengeditan sesuai dengan materi dan juga konten yang telah dibuat sebelumnya oleh tim media social. Dalam melakukan desain, praktikan dapat memilih elemen apa saja yang perlu dimasukan secara bebas, hal ini dilakukan untuk mendorong kreatifitas dan dapat berkreasi melalui konten feeds. Setelah menyelesaikan hasil ilustrasi dari konten yang ingin

dipublikasikan, praktikan diharuskan untuk bertanya kepada tim media social sebagai bentuk persetujuan, dengan mengirimkan hasil tersebut kepada kepala tim media social, secara langsung saat praktikan berada di kantor.

2. Support Offline Event

Dalam kegiatan ini praktikan diharuskan untuk turun kelapangan untuk meiliah secara langsung mengenai proses pelaksanaan event yang sedang berlangsung. Pada saat acara berlangsung, praktikan berkerja berada dibawah arahan anggota perusahaan yang bertugas langsung sebagai pemegang kendali utama atas event yang diadakan oleh perusahaan yang berkerjasama. Dalam pembagian tugas, praktikan selalu diberikan pada saat praktikan terdapat dilokasi event tersebut digelar. Salah satu tugas yang diberikan kepada praktikan pada saat menghadiri acara offline tersebut yaitu menjadi mengvalidasi seberapa banyak media yang datang ke acara tersebut.

Adapun jumlah kegiatan dimana praktikan di ikut sertakan yaitu pada saat Editor in Chief Gathering oleh PT. Semen Indonesia (Persero), Sosialisasi Undang-Undang Pengemabangan Dan Pengusahaan Sector Jasa Keuangan (UU PSK) Bagi Pelaku Usaha Dan Inovasi Teknologi Sektor Jasa Keuangan (ITSK) & Perkembangan Penyusunan Peraturan Turunannya oleh KADIN Indonesia bersama dengan Kementerian Keuangan, Rekarnas KADIN Indonesia Bidang Kominfor oleh KADIN Indonesia, Driving Digital Assets Innovation: Collaboration of the Ministry of Trade of Republic Indonesia and CFX oleh CFX, dll. Dengan adanya berbagai acara yang telah diselenggarakan selama praktikan melakukan praktik kerja profesi di Robagu Kreasi terdapat jumlah total 7 acara yang melibatkan praktikan secara langsung di lapangan.



Gambar 3.4Praktik Kerja di Lapangan Launching CFX Oleh Kementerian
Perdagangan Indonesia
Sumber: Robagu Kreasi

3) Media Coverage

Selain tugas utama media monitoring, praktikan memiliki tugas yang tidak jauh berbeda dengan dari media monitoring yaitu media coverage, dimana pekerjaan media coverage ini dilakukan setelah berlangsungnya suatu event. Satu hari setelah berlangsungnya event tersebut, praktikan akan mendapatkan arahan oleh atasan untuk mengumpulkan berita-berita yang telah di publikasi oleh media-media yang diundang dalam event tersebut yang stelahnya akan dikirimkan kepada klien.

Adapun tujuan melakukan media coverage ini yaitu agar klien dapat memastikan bahwa berita yang telah ditulis oleh dari media-media yang telah diundang telah dipublikasi kan dan berita tersebut memiliki keterkaitan terhadap acara yang telah mereka buat, hal ini dilakukan sebagai bentuk feedback mengenai event yang dilaksanakan, sehingga hal ini juga dapat menjadi sebuah pengetahuan bagi klien mengenai bagaimana pandangan pihak eksternal kepada perusahaan yang mengadakan event tersebut.

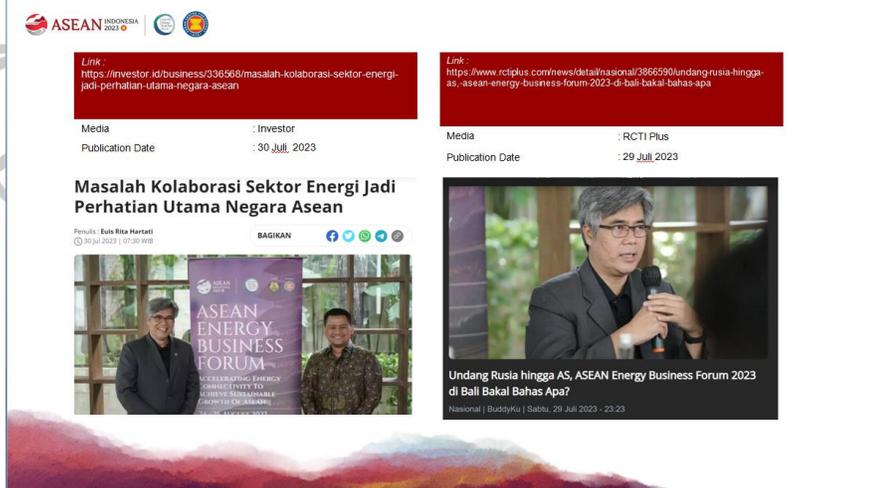
Dalam melakukan media coverage ini praktikan telah melakukan kegiatan ini sebanyak 11 kali dimulai sejak bulan juni 4 diantaranya berawal dari permintaan klien yaitu KADIN Indonesia dengan topik yang membahas Hari Keamanan Pangan , Rekarnas, Apkasi, dan UU P2SK. 7 lainnya berasal dari permintaan dari klien Asean Energy Business Forum (AEBF) yaitu dengan topik MoU Signing dan Press Release Distribution (Media Briefing, AEBF Introduction, Green Transport Rally (GTR), ASEAN International Confrance on Energy and Environment (AICEE), AEBF Day 1, AEBF Day 2.

4. Media Clipping

Proses melakukan media clipping tidak jauh berbeda dengan pengerjaan media coverage, hanya saja di dalam media clipping praktikan diharuskan melakukan pengumpulan berita secara spesifik. Pada pengerjaan media clipping, praktikan diharuskan untuk melihat terlebih dahulu kepada media coveragenya, hal ini dilakukan untuk memastikan apakah media coverage nya sudah benar, dan segala bentuk berita sudah masuk kedalam media coverage tersebut. Setelah melakukan pengecekan ulang terhadap media coverage, baru dapat

melanjutkan pengerjaan ke tahap selanjutnya yaitu media clipping. Jika dalam media coverage klien hanya meminta dalam bentuk list melalui Microsoft Excel, dalam media clipping praktikan diharuskan membuat list melalui Microsoft Powerpoint yang berisikan Screenshoot dari masing masing berita yang dipublikasi kan oleh media, jika media memiliki anak cabang di berbagai daerah, maka diharuskan untuk memasukkannya juga kedalam media clipping. Media clipping ini bertujuan untuk mempermudah klien untuk mengetahui jumlah dari total publikasi media yang telah masuk ke dalam list pada saat event sedang berlangsung, dan juga media clipping ini dibuat dengan tujuan agar klien dapat mengetahui berita secara spesifik dan instan sehingga nantinya perusahaan tersebut tidak perlu memeriksa berita yang muncul secara satu per satu. Dan dalam media clipping diwajibkan untuk memasukan berita yang muncul mengenai perusahaan dari media cetak dan elektronik.

Dalam kegiatan media kliping ini, praktikan hanya ikut membantu dalam pembuatan sebanyak 3 kali, hal ini dibuat atas permintaan klien BP2P Jawa dan Asean Energy Business Forum (AEBF). Dalam pelaksanaannya BP2P Jawa meminta media kliping terkait dengan konektifitas energy yang diselenggarakan di Bali. Dan permintaan Asean Energy Business Forum (AEBF) membahas mengenai kolaborasi untuk kemajuan *energy*.



Gambar 3.5Media Clipping ASEAN Energy Bussines Forum

Sumber: Robagu Kreasi

3.3 Kendala Yang Dihadapi

3.3.1 Kendala Teknis

Kendala teknis yang terjadi selama praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) di PT. Robaagu Kreasi ialah pada saat melakukan media monitoring, hal ini dikarenakan pada saat melakukan media monitoring aplikasi yang digunakan masih sering terdapat berita negative yang tidak muncul, sehingga membutuhkan ketelitian ekstra untuk mencari berita negative dari platform lain.

Dengan adanya kendala teknis dalam kerja profesi, praktikan berusaha untuk terus mencari dan menggali berita-berita negative yang bermunculan, dengan selalu siaga melihat aplikasi yang dimiliki dan juga melalui platform lain yaitu google. Lalu dengan melakukan hal ini praktikan dapat menjadi lebih teliti sehingga mengurangi melakukan kesalahan berulang pada kegiatan *Media Monitoring* ini. Selain itu jika terdapat banyak berita negative yang bermunculan, praktikan melakukan pembagian waktu disetiap 15 hingga 30 menit untuk kembali mengecek apakah ada berita baru atau ada berita yang di *takedown*. Sehingga kedepannya hanya perlu melakukan pengecekan ulang saja.

3.3.2 Kendala Non –Teknis

Kendala non-teknis yang terjadi selama praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) di PT. Robaagu Kreasi ialah terjadinya kesalahan saat penyampaian atau *miscommunication* dan terdapatnya koordinasi yang telat disampaikan. Hal ini terjadi pada saat praktikan berkerja dalam membantu media sosial dari Robaagu Kreasi, dimana praktikan telah membantu untuk membuat konten atau postingan untuk media sosial Instagram namun konten yang telah dibuat tidak di upload ke media sosial tersebut, sehingga hal ini membuat usaha yang telah dibuat oleh praktikan menjadi sia-sia. Dengan adanya kendala non-teknis dalam kerja profesi, praktikan melakukan konfirmasi langsung kepada tim media sosial perusahaan, guna untuk memastikan apakah konten yang telah dibuat sudah benar dan siap untuk di publikasikan kepada publik. Jika masih terdapat masalah dalam hal ini praktikan kembali melakukan pengecekan kepada konten yang