

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Data Karakteristik Informan :

Nama :

Usia :

Domisili :

Perusahaan :

Lama Bekerja :

Pemahaman Terkait dengan Serial Race

1. Apakah anda sudah selesai menonton serial drama korea “Race” dari episode 1 sampai episode 12?
2. Kapan terakhir anda menonton serial drama korea “Race”?
3. Bisakah secara singkat anda menceritakan alur cerita serial drama korea “Race”?
4. Bagaimana pendapat anda mengenai alur cerita dalam serial “Race”
5. Dapatkah anda menceritakan pesan yang menurut anda ingin disampaikan dalam serial drama korea “Race”?
6. Apa konflik yang disampaikan dalam serial drama korea “Race”?
7. Apakah anda mengetahui bahwa serial drama korea “Race” salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations?
8. Bagaimana pendapat anda mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial “Race”?

Pengalaman Di Dunia Praktisi Public Relations

1. Bagaimana menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi PR?
2. Bagaimana cara anda melakukan management konflik dengan rekan kerja anda dalam melakukan aktivitas PR?
3. Bagaimana anda menanggulangi perbedaan pendapat dalam fungsi PR?

4. Dalam pengalaman anda, bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak terkaitnya?
5. Apa yang menurut anda menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?
6. Bisakah anda jelaskan tugas yang biasa anda kerjakan sebagai praktisi public relations?
7. Bagaimana strategi yang anda terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media?
8. Bagaimana anda menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR?
9. Apakah anda terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers? Bagaimana peran anda dalam hal ini?
10. Bagaimana anda membangun dan memelihara citra baik perusahaan atau klien anda di mata publik melalui pekerjaan PR anda?
11. Dalam pengalaman anda, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana anda mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?
12. Bagaimana menurut anda praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan mereka?

Pemaknaan terkait dengan Preferred Reading

1. Bagaimana menurut anda representasi tugas dan fungsi public relations dalam serial “Race”? Apakah anda melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan anda sebagai praktisi public relations?
2. Karakter utama yaitu Park Yoonjo di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut anda cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu,

menurut anda apakah cara yang dilakukan oleh Park Yoonjo sudah tepat?

3. Pada serial ini juga menyoroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut anda hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”?
4. Dalam serial drama korea “Race” terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh Park Yoon-jo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut anda praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan mereka?
5. Pada drama serial korea “Race”, karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat, bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana anda menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR anda?
6. Bagaimana anda membandingkan gambaran praktisi PR di dalam serial drama korea “Race” dengan pengalaman anda sendiri dalam industri ini? Apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut anda lebih – lebihkan dalam representasi tersebut?
7. Serial drama korea ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. Dalam pengalaman anda, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana anda mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?
8. Apakah ada scene dalam serial drama “Race” yang secara khusus menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu? Bisakah anda memberikan contoh dari scene yang menggambarkan hal ini?

Lampiran 2. Surat Pernyataan Informan

SURAT PERNYATAAN BERSEDIA MENJADI INFORMAN DAN DIWAWANCARAI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alline Setyana Darmawan
Status : Public Relations Manager
Perusahaan : PT. Multilateral Global Cahaya (Digital Agency Viral MGC)
Lama Bekerja : 5 Tahun

Menyatakan bahwa setelah mendapatkan penjelasan dan memahami informasi yang diberikan oleh peneliti terkait dengan tujuan dan manfaat penelitian, maka dengan ini saya bersedia menjadi informan sekaligus diwawancarai dan memberikan informasi secara sukarela. Wawancara dilakukan untuk keperluan penelitian yang dilakukan oleh Putri Amelia Efendi, mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang berjudul “Pemaknaan Penonton Terhadap Tugas dan Fungsi Konsultan Public Relations” (Analisis Resepsi pada Serial Korea “RACE” oleh Praktisi Public Relations di Wilayah Jabodetabek)”

Saya juga ***(Menyetujui / ~~Tidak Menyetujui~~)** penelitian ini untuk dipublikasi atau ada di jurnal penelitian manapun.

Demikian pernyataan ini saya tanda tangani dengan penuh kesadaran tanpa paksaan dari siapapun.

Jakarta Selatan, 15 Mei 2024



Alline Setyana Darmawan

SURAT PERNYATAAN
BERSEDIA MENJADI INFORMAN DAN DIWAWANCARAI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raisa Zakiah
Status : Konsultan Public Relations
Perusahaan : Kandi Imaji
Lama Bekerja : 2,5 tahun

Menyatakan bahwa setelah mendapatkan penjelasan dan memahami informasi yang diberikan oleh peneliti terkait dengan tujuan dan manfaat penelitian, maka dengan ini saya bersedia menjadi informan sekaligus diwawancarai dan memberikan informasi secara sukarela. Wawancara dilakukan untuk keperluan penelitian yang dilakukan oleh Putri Amelia Efendi, mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang berjudul “Pemaknaan Penonton Terhadap Tugas dan Fungsi Konsultan Public Relations” (Analisis Resepsi pada Serial Korea “RACE” oleh Praktisi Public Relations di Wilayah Jabodetabek)”

Saya juga ***(Menyetujui / ~~Tidak Menyetujui~~)** penelitian ini untuk dipublikasi atau ada di jurnal penelitian manapun.

Demikian pernyataan ini saya tanda tangani dengan penuh kesadaran tanpa paksaan dari siapapun.

Tangerang Selatan, 14 Mei 2024



Raisa Zakiah

**SURAT PERNYATAAN
BERSEDIA MENJADI INFORMAN DAN DIWAWANCARAI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Helinsa Rasputri
Status : Public Relations
Perusahaan : Zipmex Indonesia
Lama Bekerja : 3 – 4 Tahun

Menyatakan bahwa setelah mendapatkan penjelasan dan memahami informasi yang diberikan oleh peneliti terkait dengan tujuan dan manfaat penelitian, maka dengan ini saya bersedia menjadi informan sekaligus diwawancarai dan memberikan informasi secara sukarela. Wawancara dilakukan untuk keperluan penelitian yang dilakukan oleh Putri Amelia Efendi, mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang berjudul “Pemaknaan Penonton Terhadap Tugas dan Fungsi Konsultan Public Relations (Analisis Resepsi pada Serial Korea Race oleh Praktisi Public Relations di Wilayah Jabodetabek)”

Saya juga ***(Menyetujui / ~~Tidak Menyetujui~~)** penelitian ini untuk dipublikasi atau ada di jurnal penelitian manapun.

Demikian pernyataan ini saya tanda tangani dengan penuh kesadaran tanpa paksaan dari siapapun.

Jakarta, 29 Mei 2024



Helinsa Rasputri

SURAT PERNYATAAN
BERSEDIA MENJADI INFORMAN DAN DIWAWANCARAI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Nidya Hapsari, S.I.Kom

Jabatan : Pranata Humas Ahli Pertama (Sub Koordinator
Penyelenggaraan Diseminasi Informasi dan Kemitraan
Komunikasi Publik

Instansi : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan

Menyatakan bahwa setelah mendapatkan penjelasan dan memahami informasi yang diberikan oleh peneliti terkait dengan tujuan dan manfaat penelitian, maka dengan ini saya bersedia menjadi informan sekaligus diwawancarai dan memberikan informasi secara sukarela. Wawancara dilakukan untuk keperluan penelitian yang dilakukan oleh Putri Amelia Efendi, mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yang berjudul “Pemaknaan Penonton Terhadap Tugas dan Fungsi Konsultan Public Relations (Analisis Resepsi pada Serial Korea “RACE” oleh Praktisi Public Relations di Wilayah Jabodetabek)”

Saya juga ***(Menyetujui / ~~Tidak Menyetujui~~)** penelitian ini untuk dipublikasi atau ada di jurnal penelitian manapun.

Demikian pernyataan ini saya tanda tangani dengan penuh kesadaran tanpa paksaan dari siapapun.

Tangerang Selatan, 30 Mei 2024



Annisa Nidya Hapsari, S.I.Kom

Lampiran 3. Transkrip Informan 1

TRANSKIP INFORMAN 1

P : Putri

A : Alline

P: Halo, Selamat malam kak Alline. Sebelumnya aku mau perkenalkan diri, aku putri amelia efendi mahasiswa semester akhir di Universitas Pembangunan Jaya saat ini sedang menjalankan skripsi. Nah sebelumnya, aku mau ucapin terima kasih eee sudah bersedia untuk meluangkan waktu untuk diwawancarai sebagai informan aku / narasumber aku pada penelitian yang lagi aku jalanin di semester akhir ini. eee sebelumnya mungkin kakak bisa perkenalkan diri dulu mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili kantor, dan lama bekerja di bidang public relations. Silahkan kak

A: oke, hmm makasih banyak amel untuk invitationnya semoga saya merupakan salah satu responden yang bisa membantu dari penelitian amel. Hmm salam kenal amel, nama saya Alline Setyana Darmawan biasa dipanggil Alline, hmm usia tahun ini 26 tahun, saat ini bekerja sebagai praktisi public relations atau public relations manager di digital agency namanya Viral MGC, nah eee untuk hmm tadi apa hm pendidikan, usia eh sudah usia, pendidikan ya, amel kamu masih ke mute ya

P: pendidikan kak, tempat tinggal, domisili kantornya

A: untuk pendidikan saat ini aku sedang mengambil kelas – kelas ilmu public relations saja sih, tapi untuk pendidikan nya aku S1 ambil di Jurusan Masa Communication, konsentrasi Broadcasting dan Jurnalistik itu di tahun 2014 – 2018 di LSPR Communication and Business Institute, lalu hmm untuk S2 nya di Universitas Pelita Harapan ambil jurusan Ilmu Komunikasi itu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di tahun 2022 – 2024. Hmm lalu untuk hmm tempat tinggal saat ini domisili nya di Jakarta Selatan karena dekat dengan kantor dan lokasi kantor aku saat ini di SCBD Astha. Mungkin itu saja, dan untuk pengalaman bekerja sebagai PR total 7 tahun di dunia komunikasi dan media lalu hmm untuk di bidang PR itu sendiri eee 5 tahun total dari public relations officer lalu ke specialist dan loncat lagi ke senior staff atau supervisor dan kebetulan sekarang jadi manager.

P: oke baik, terimakasih kak alline atas pengenalannya. Untuk pertanyaan pertama ini mengenai serial “Race” ya kak

A: Oke baik

P: Oke kak aku mulai saja ya langsung pertanyaannya. Pertanyaan yang pertama ee “apakah kak Alline sudah selesai menonton serial drama korea “Race” dari episode 1 hingga episode 12?”

A: langsung aku jawab saja ya?

P: Iya kak, boleh di jawab langsung saja nanti aku kasih satu persatu pertanyaannya

A: Oke, eee iyaa sudah selesai

P: kalau boleh tahu “Kapan terakhir kak Alline menonton serial drama Korea “Race”?”

A: hmm menonton serial drama Korea Race itu sudah lama sih ya sekitar 1 bulan yang lalu lah ya

P: Kalau boleh tahu kak Alline menonton serial Race ini di waktu kapan ya kak? Dan apakah saat sedang melakukan aktifitas lain? (pertanyaan tambahan via telpon whatsapp)

A: aku nonton serial Race ini biasanya pas jam istirahat kerja sih sambil makan siang atau ya pas weekend mengisi jam kosong aku

P: Oke hmm, pertanyaan selanjutnya “bisakah kak Alline ceritakan secara singkat mengenai alur cerita dalam drama korea “Race”?”

A: okee hmm, karena aku sebenarnya pernah nonton itu 1 bulan yang lalu jadi aku agak lupa nama karakter utama perempuan dan laki – lakinya itu siapa tapi intinya itu mereka dua orang praktisi PR yang bekerja tapi mereka beda skala agency. Jadi yang cowo ini kerjanya di agency yang cukup besar, cukup ternama di Korea. Sedangkan yang cewe ini kerjanya di Agency yang so cenderung kecil lah, jadi dari segi beban kerja itu beda jauh banget dan hmm dari jenjang karir mereka, dari brand yang ditangani, company yang ditangani itu jauh banget berbedanya. Nah akhirnya, long story short hmm si cewe ini ya berinisiatif lah untuk hmm coba deh explore hmm bikin suatu program PR dari hm dia ada tertarik ke roti begitu, ini aku agak lupa ya tapi intinya nemuin produk roti kok ini bisa rame banget, tapi kayanya kurang pemasarannya begitu. Nah dia coba bikin strategi PR hingga akhirnya sukses lalu dilirik lah sama si perusahaan karakter si cowo ini, perusahaan yang cukup gede, agency PR yang cukup gede. Hmm lalu banyak juga lah intrik intrik dan konflik konflik yang terjadi namun juga hmm permasalahan yang kena perusahaan yang tentunya juga melibatkan permasalahan permasalahan public relations itu sendiri dan menyurutnya itu lebih ke eksekutif eksekutif perusahaan nya atau petinggi perusahaan yang cukup problematik lah. Nah tapi untuk serial nya si so far ya berjalan dengan baik baik saja ya happy ending

P: Hmm iya betul, lalu pertanyaan selanjutnya “Bagaimana pendapat Kak Alline mengenai alur cerita dalam serial Race, apakah sesuai?”

A: kalo sesuai sih menurut ku sesuai, aku itu awalnya ingin nonton karena drakor ini itu kayanya ngupas tentang PR begitu, seru begitu aku kan ingin tahu ya dari hmm prospektif mengenai profesi aku itu seperti apa kalo

diangkat di drakor karena kalo diliat liat drakor yang tentang kedokteran kan seru juga, sebenarnya cukup relate cuman gak semuanya karena dari segi culture itu kan beda ya yang terjadi di Korea dan Indonesia itu kalo relate ke diri aku nya engga, tapi kalo ke serial nya jalan cerita nya itu nyambung saja sih alurnya.

P: oke baik kak, jadi kalo di kak Alline nya sendiri gak semuanya relate di kak Alline ya?

A: Iya, dari scene yang ada sebagai Public Relations gak semuanya relate di aku

P: Kalau boleh tahu, scene apa yang gak relate di Kak Alline?

A: seingat aku ya, scene yang pemeran cewenya itu dikucilkan begitu karena kan dia masuk nya lewat perekrutan buta ya, jadi karyawan nya pada kucilkan dia karena dianggap buat citra perusahaan semakin buruk nah itu sih yang gak relate, karena dilingkungan kerja aku alhamdulillah gak ada yang kaya begitu

P: Hmm oke baik kak, pertanyaan selanjutnya ya kak “Dapatkah kak Alline menceritakan pesan yang menurut kak Alline ingin disampaikan dalam serial drama korea “Race”?”

A: Hmm sebenarnya kalau yang aku tangkep ya dari drama Race ini lebih ke keilmuan PR yang kamu gak kepikiran bakal kepake sih sebagai praktisi PR itu kamu sudah punya pakem pakem begitu loh kalo untuk kerja di company dan kamu juga harus bisa nyesuain kalo misalkan kamu kerja untuk brand, kamu kerja untuk suatu company dengan suatu citra dan persepsi baik dari company itu sama kalo kamu kerja di tempat lain yang menghandle macem – macem begitu, kadang – kadang ilmu yang kita pelajari di kampus itu tuh gak sama prinsipnya untuk diterapin di dunia kerja yang super agail dan praktis, kadang – kadang itu industri dapet insight nya dari film – film kaya Race ini dari serial – serial drakor yang kaya Race ini, kita tonton sambil buat hiburan tapi ternyata bisa keambil banyak lah insight – insight yang menarik buat diterapin di profesi kita as a PR. Dan menurut aku juga Race ini lebih mau ngegambarin ke penonton nya bagaimana sih tugas nya PR, or fungsi nya PR untuk sebuah company, brand atau apapun.

P: baik kak, nah setelah nonton serial Race ini, pasti kak Alline bisa tahu kan apa saja konflik yang disampaikan. Nah “menurut kak Alline itu apa saja sih konflik yang disampaikan dalam serial drama korea “Race”?”

A: Menurutku sebenarnya konfliknya klasik dan itu sering banget terjadi di perusahaan – perusahaan manapun yang membutuhkan atau memperkerjakan para praktisi PR dan rata – rata itu memang a top level management yang punya issue entah isu nya ada kepentingan perusahaan sendiri, atau isu nya ada pembagian keuntungan yang mungkin kurang fair atau kurang – kurang kaya sekarang tapi hm itu itu memang terjadi sih kalau untuk permasalahan permasalahan yang ada di serial Race itu beneran terjadi lah di dalam kehidupan kakak, dan hm di dalam karir track nya para praktisi PR.

P: baik, kalau permasalahan yang ada di Race cukup relate ya kak dengan kehidupan kak Alline sebagai praktisi Public Relations. Oke, pertanyaan selanjutnya “Apakah kak Alline mengetahui bahwa serial drama korea “Race” ini salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations?”

A: ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, kalau sebenarnya PR itu kerja di industri Korea di agency. Agency itu itu terkenal kok maksudnya apa ya budaya nya itu bener bener secepat itu hm dalam menghandle projek and another projek, jadi bisa hm apa ya ada pengetahuan informasi dan konvergen lah bagaimana sih kalo kita kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.

P: oke baik kak, pertanyaan selanjutnya “Bagaimana pendapat kak Alline mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial Race?”

A: kalo untuk konflik nya sendiri sebenarnya sih hmm deket juga ya dengan para praktisi PR kaya yang sudah aku elaborate sebelumnya. rata rata praktisi PR itu bertrok nya hanya di top level management atau kalo misalkan di agency itu berhubungan dengan klien dan request – request dari brand hmm atau perusahaan itu sendiri yang lagi di handle atau teman – teman media teman teman jurnalis biasanya itu itu saja problemnya praktisi PR mungkin ditambah dengan krisis ya, karena kan kita pasti ngalamin krisis tapi itu relate banget sih dan aku alamin juga dari karirku dari bertahun – tahun yang lalu.

P: hmm jadi relate ya kak, oke pertanyaan selanjutnya itu mengenai pengalaman kak Alline di dunia praktisi PR ya kak. Oke, pertanyaan pertama ini “Bagaimana kak Alline menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai Public Relations?”

A: hmm untuk jalani dinamika pekerjaan as a PR itu itu harus ezail banget sih, industri PR itu mungkin orang – orang liatnya pekerjaan yang stereotype nya adalah pekerjaan cantik begitu buat cewe – cewe yang oh hmm kamu rapih, kamu progress bgt tapi kenyataan dari apa yang aku pelajari di kuliah di ilmu komunikasi di mascom yang juga mengarah majory nya ke public relations dunia PR itu keras banget hm dan ternyata lebih banyak praktisi PR cowo di dunia PR itu sendiri karena kamu harus yang pertama cepet kamu harus berpikir kritis kamu harus siap sedia dan kamu mm gada namanya sabtu minggu itu kamu apa ya ah aku gabisa di hubungi ini karena lagi weekend soalnya dari apa yang sudah aku jalanin as a PR praktisi krisis itu gak mengenal waktu, request dari klien kalo lagi handle klien itu gak mengenal waktu, dan kita harus selalu up to date dengan timeline itu terus kita harus hmm stay in timeline dan juga pasti informasi yang akurat begitu jadi itu sih kalo dinamika dari aku.

P: Oke kak, aku sempat baca tadi kan kak Alline ngomong kalau stereotype PR itu ya buat yang cantik cantik begitu kan nah aku pernah baca di jurnal website begitu ada streotype kalau PR itu merupakan pekerjaan yang paling gak penting untuk perusahaan karena masih banyak perusahaan yang gak aware sama PR itu apa sih? Memang bener kak kalau di dunia pekerjaan sebenarnya PR itu kaya begitu?

A: Hmm mungkin itu adalah streotype atau jurnal yang sudah lama, karena dulu itu teknologi belum se advance saat ini, kita semua itu tahu kalau PR itu sangat berkaitan erat dengan perkembangan teknologi jadi di rasa

perkembangan teknologi makin maju hmm kayanya agak sulit sih untuk mengatakan praktisi PR adalah pekerjaan yang tidak penting. Karena surprisingly kebetulan aku memang background nya adalah ilkom tapi aku punya support demind dan dia ini cowo, dia ini anak sastra inggris tapi dia dapet luck intern dan pekerjaan as a PR. PR itu bisa dikerjakan oleh jurusan apa saja. Mungkin itu kelihatannya jijik lah untuk kerja di PR tapi gak semua orang bisa mendeliver konsep dan realitas PR sebagai koordinate teman aku yang bahkan hmm jurusan nya bukan PR. Bahkan yang anak anak PR saja itu tu belum tentu bisa tulis press release, belum tentu bisa bikin feature, belum tentu mereka bisa mengorganize company secara lihai sendiri itu belum tentu, jadi PR itu kalo dibilang pekerjaan mudah dan remeh kayanya engga sih ya kalo dilihat perkembangan teknologi. Bagaimana pentingnya perusahaan itu memoles reputasi mereka.

P: Ohh oke kak, pertanyaan selanjutnya. “Bagaimana cara kak Alline melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja dalam melakukan aktivitas PR?”

A: kalo untuk manajemen konflik kebetulan karena aku belajar komunikasi bertahun – tahun, biasanya aku akan coba discuss discuss hmm kalo misalkan ini tergantung masalahnya ya seberapa besar dan seberapa berat begitu masalah tersebut. Kalau harus diselesaikan saat itu juga dan urgent, aku prefer untuk one on one session. Jadi kita ngobrol dan kita itu bisa menyampaikan pendapat atau apasih opini lo begitu, apa sih yang membuat lo berat begitu apa sih yang jadi challenge yang bisa kita selesaikan bareng bareng. Hmm kalo untuk discuss dan berkomunikasi itu aku juga menyesuaikan dari lawan bicara, cara kita ngomong dengan orang yang sepantaran dengan orang yang gendernya sama atau yang gendernya beda atau dengan yang lebih tua dan yang lebih muda itu semua penyampaianya beda bukan cuman terbatas dan grafis saja tapi once kita bicara dengan orang yang mungkin education levelnya itu berbeda dengan kita itu kita juga harus menyesuaikan begitu hm jadi aku intinya begitu sih dalam menyelesaikan konflik aku harus adjusting dengan lawan bicara aku dan aku juga harus profairing ah orang ini hmm as i as nya seperti ini background nya seperti ini, gender nya ini ini, jujur agak ribet karena biar tahu metode komunikasi mana yang paling tepat buat kita discuss terhadap konflik ini.

P: Oke baik, pertanyaan selanjutnya tadi kan kak Alline ngomong ya kalo misalkan harus discuss dan beda cara discuss nya tentunya kan tiap discuss kan ada perbedaan pendapat, nah “bagaimana sih cara kak Alline menanggulangi perbedaan pendapat dalam tugas dan fungsi public relations?”

A: iya, sebenarnya menjadi praktisi PR itu harus siap mendengarkan banyak perbedaan pendapat tapi harus bisa decision making pendapat mana yang kira kira paling make sense untuk kita implementasikan. Perbedaan pendapat itu pasti ada, cuman hm diantara perbedaan itu kita cari jalan tengah yang sekira nya balance dan banyak poin poin yang keangkut. Jadi misalkan kalo aku A dan amel B pendapat A dan B ini berbeda, kita pasti bisa cari jalan tengah nya hmm dengan discuss meski opini nya itu agak apa ya agak agak bersebrangan pasti kita bisa cari mana opini yang paling efektif yang bisa kita pakai begitu, hmm pokoknya kalo untuk perbedaan pendapat ee perbedaan opini dalam berdiskusi itu pasti selalu sama tapi aku selalu cari jalan tengah saja sih itu yang simply

P: oke, pertanyaan selanjutnya dalam pengalaman kak Alline sebagai public relations “bagaimana cara terbaik ee kak Alline untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak terkaitnya?”

A: hmm sebenarnya kalo bisa dibilang itu hubungan PR dengan media itu kita kaya tom and jerry ya. Tom and jerry kan keliatannya kalo didepan itu enemy begitu, tapi sebenarnya kita itu sering banget ee media itu pasti butuh banget bantuan hmm publikasi atau materi press kit dari PR untuk ngelead artikel mereka pada hari itu jadi cara aku maintance jurnalis adalah aku gak hanya menganggap mereka sekedar oh mereka dari media oh mereka dari jurnalis, oh mereka press partner begitu tapi aku menganggap mereka itu lebih dari itu, aku ngetreat mereka itu bener bener hm mungkin simple ya tapi aku ketika mereka lagi ada apa ya ngerayain ulang tahun aku ucapin sesimple aku inget keberadaan mereka, hm untuk company misalkan aku lagi merepresentasikan company PR aku akan coba kirim kirim media kit, parcel di hari hari tertentu, ini bukan termasuk gratifikasi tapi hm kita pasti itu disebuah company biasanya siapkan budget untuk media media partner prioritas kita, dan kita bisa kirimkan itu ketemu teman untuk menjaga relasi dan hubungan baik antara company dengan teman – teman media, biasanya begitu sih.

P: oke kak, biasanya kan kalo misalkan suatu perusahaan ada berita yang gak baik, nah media itu pasti kasih info kan ya kak ke PR nya kak? Atau bagaimana sih kak kalau sistem PR itu?

A: hmm betul, biasanya kalo ada pemberitaan yang gak baik ini ada beberapa teman media yang kasih info ke divisi PR tapi ada juga yang langsung naikin publikasi, nah biasanya ini adalah teman – teman media yang kita gak deket atau menjalin relasi, makanya itu menjalin relasi dengan media itu penting banget karena once kita ada bad publicity dimana kita itu sama media teman tapi buat mereka itu bad news its a good news tapi beda menurut PR. Jadi hm kita harus bener bener maintance relasi dan hubungan yang baik jadi once ada publikasi yang buruk kita bisa komunikasi dengan media. Kaya misalkan ada berita yang kurang bagus bisa minta untuk ditahan dlu tapi kita iming imingin dengan berita exclusive untuk media dia doang. Biasanya media dan PR ini itu pendekatan nya lebih casual dan dinamis

P: oke baik, pertanyaan selanjutnya “Apa yang menurut kak Alline menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?”

A: hm mungkin tantangan terbesarnya adalah karena aku perempuan dan dunia PR itu adalah dunia dimana kamu itu harus standby dan bener bener up to date dengan company apapun atau klien manapun yang kamu lagi representasikan, yang lagi kamu handle. Kamu bener bener harus tahu banget banget aspek pemberitaan

yang mungkin bahkan bukan ranah kamu, misalkan kamu lagi handle gaming padahal kamu sebenarnya bukan gamer begitu kamu harus paham begitu emm setidaknya sedikit demi sedikit mengenai gaming itu seperti apa sih, dunia apa sih yang lagi populer di industri gaming contohnya seperti itu. Itu emm salah satu yang tricky dan jam kerja di dunia PR itu sebagai PR kita itu gabisa expect hmm normal normal saja kadang itu di hari kerja even aku sudah kelar jam kerja eh tiba tiba ada sesuatu ini kaya harus aduh bikin presscon segera, aduh harus segera distribusi rilis, aduh harus segera bikin standby statement karena bakalan ada isu yang harus di klarifikasi dan harus cari cara untuk menghadapi suatu proyek. Itu sih yang challenging karena kan mm untuk perempuan itu biasanya ada pikiran untuk ah mungkin agak calmdown sejenak di karir, waktunya buat keluarga dan sebagainya. Tapi ya so far bisa ditangani.

P: baik, pertanyaan selanjutnya “Bisakah kak Alline menjelaskan tugas yang biasa kak Alline kerjakan sebagai public relations?”

A: kalo untuk tugas day to day sudah pasti ya membuat pressrelease, lalu standing pressconference. Karena kebutulan di digital agency itu kita bikin presconference nya itu inhouse, presscon dan mediagathering itu hampir sama kita undang teman – teman media lalu kita audience nya bareng, silaturahminya bareng, nah itu itu yang challenging karena dari agency itu kita bikin hm prescon inhouse jadi tentunya ada banyak keterbatasan, itu lah yang perlu nya itu disitu, terus kalo hal – hal lain yang pastinya adalah request – request press material yang tertulis seperti hm factsheet, atau artikel. Artikel dan press release kan beda ya beda dari segi bahasa dan penulisan, hmm pendistribusian nya ke media itu juga beda, mungkin itu yang hmm jadi day to day. Lalu pastinya beraudience juga dengan rekan – rekan dari pemerintahan, dari kementerian, rekan – rekan media dan jurnalis pastinya lalu hmm handling juga untuk publikasi bukan cuman media online dan digital tapi teman – teman ada digital pres yang pasti ditreatment berbeda. Dan yang pasti paling penting mengenai management krisis itu butuh strategi yang bener bener tricky cepet, hmm execute karena kalo gak bisa bad buat company.

P: oke, aku mau tanya kak. Kalo PR kan harus menjaga hubungan yang baik dengan media lalu kalo untuk internal itu PR seringnya berkomunikasi dan bekerjasama dengan divisi apa sih kak? Selain harus berhubungan baik dengan media, di tim internalnya bagaimana?

A: oke, mungkin aku bisa bagi ke divisi divisi yang eeehh dari agency perusahaan yang pernah aku kerja, aku kan pernah kerja di corporate, brand dan agency. Kalo untuk corporate dan brand itu rata rata treatment kita collab ke divisi lain sih sama ya kebanyakan collabnya dengan tim marketing lalu pastinya tim internal komunikasi kalo misalkan di corporate atau di brand itu itu fungsi PR nya ga itu itu ga mencakup internal komunikasi jadi ada corporate komunikasi atau internal communication, lalu yang pasti akan tektokan dengan direktorat atau eksekutif dari perusahaan karena once ada krisis atau ada isu yang harus di jelaskan mereka harus maju. Lalu untuk hm mungkin dari segi tim yang sejajar itu ada kreatif desainer, tim sosial media konten, tim fotografi dan videografi, karena kita butuh banyak koordinasi dengan mereka untuk hmm bisa bikin konten, bisa bikin press material yang bagus. Lalu kalo ke agency hmm karena kita biasanya handling klien kita tektokan nya dengan tim internal klien itu sendiri, biasanya tektokan nya dengan project manager atau public relations kalo misalkan di company klien ini punya public relations mungkin itu sih perbedaannya.

P: pertanyaan selanjutnya, “bagaimana strategi yang kak Alline terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media?”

A: hmm strategi sebenarnya sih standar ya emm kita drafting pressrelease terus kita distribusiin ke teman teman media lalu hmm kita sebar rilis itu namun sudah disetujui oleh hmm narasumber yang dikutip yang jadi informan, atau memberikan statement dalam memberikan pressrelase tersebut. Lalu mungkin kita koordinasi sedikit lah dengan teman teman media terus regulation untuk menerbitkan pressrelease as artikel itu seperti apa biasanya begitu sih kalo untuk penyebaran informasi kepada media.

P: Oke lalu pertanyaan selanjutnya “Bagaimana kak Alline menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR?”

A: hmm untuk nanganin sesuatu yang cepet butuh respons itu adalah dengan standby ya, standby dan kita juga punya tim PR yang ngajak dan kita bekerja sama yang baik antar tim jadinya kalo ada koordinasi yang membutuhkan apapun itu related to PR hm cepet realtime entah itu informasi entah itu koordinasi, kerja sama susun rilis hmm ngonsepin media gathering atau presscon atau apapun itu yang urgent kita sudah bisa ready to go

P: oh begitu kak, lalu pertanyaan selanjutnya “Apakah kak Alline terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers? Bagaimana peran kak Alline dalam hal ini?”

A: aaahh iyaa, terlibat tentunya karena sebagai praktisi PR kita itu harus bisa handle bahkan mengorganisasi pressconfrenc tapi mungkin yang beda adalah beban pekerjaan dan segi tanggung jawab nya ya dari awal aku dari PR officer itu pressconfren yang aku kerjakan memang one man standing jadi hmm di desain sendiri tapi dari segi skala pun itu beda. Lalu kalo semakin naik tingkat jabatannya biasanya itu lebih banyak di supervisi jadi kita lebih bisa ke sign man power atau teman teman PIC dari grup divisi lain untuk membantu berkontribusi dan ibaratnya menyukseskan acara pressconference atau media gathering yang dibuat begitu.

P: oke, pertanyaan selanjutnya “Bagaimana kak Alline membangun dan memelihara citra baik perusahaan atau klien kak Alline di mata publik melalui pekerjaan PR?”

A: kalo untuk bangun reputasi pastinya kita harus tahu dulu, pahami dulu karakter hmm dan juga USP dari masing – masing brand atau klien atau company yang kita representasikan atau kita lagi handle begitu, setelah itu bisa explore angkat value value yang mungkin banyak orang belum tahu dan kita pastinya hmm harus

membuat image image yang positif, pemberitaan pemberitaan dan publikasi yang positif untuk terus memimpin image positif dari company yang kita handle.

P: oke baik, ee selanjutnya “dalam pengalaman kak Alline, seberapa sering sih persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana kak alline mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?”

A: persaingan sih menurutku, hmm gatau ya aku jarang menganggap praktisi pr lain itu sebagai saingan karena di dunia yang semakin advance yang makin butuh profesi PR justru lebih menguntungkan bagi kedua belah pihak kalo hmm kalo para praktisi PR ini itu berjaring atau netmarketing karena banyak banget informasi yang bisa di share buat di praktekin yang mungkin kita gak bisa dapetin saat kuliah atau hmm cuman sesimple pengalaman kerja enam bulan satu tahun itu mungkin kita gak bisa dapet kalo kita ga sharing dan berjejaring sama teman teman praktisi PR begitu jadi menurutku aku gak pernah nganggap praktisi PR yang lain itu saingan atau kompetisi begitu ya hmm saingan, melainkan aku belajar banyak sih dari mereka untuk bisa ngedevelop PR yang lebih baik lagi.

P: Oke pertanyaan selanjutnya “bagaimana menurut kak Alline praktisi PR ini dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral atau etis dalam pekerjaan public relations?”

A: sebenarnya hmm ini itu agak tricky karena kadang kadang kita sebagai PR itu pasti punya prinsip yang kita pegang teguh tapi mungkin berseberangan atau berlawanan dengan apa yang kita representasikan seperti company, institusi, brand dan lainnya. Kalo menurut aku sendiri kalo untuk handling case case seperti ini kita harus bisa mendefined terlebih dahulu dan dari diri kita sendiri itu sudah bisa tahu mana yang jadi prioritas kita mana yang bisa kita dahulukan nilai nilai idealitas kita atau kepentingan perusahaan begitu, mana yang lebih besar manfaatnya kalau misalkan kita implementasikan buat bareng – bareng buat publikasi yang positif buat generate reputasi yang lebih baik lagi mana yang lebih bisa didahulukan cuman kebanyakan biasanya aku adjusting jadi hmm gak terlalu idealis melainkan cari pemikiran dan prinsip yang lebih rasional yang sesuai dengan keadaan saat itu.

P: okee, ee berarti kak jadi PR ini kan gak mandang latar belakang ya kak? Kan teman kak Alline ada yang dari sastra inggris dan masuk ke PR, berarti sebenarnya masuk PR itu bisa jurusan mana saja ya kak?

A: sebenarnya bisa dari jurusan mana saja cuman akan lebih mudah kalau kuliahnya itu di rumpun FISIP. Di rumpun Fisip seperti ilmu komunikasi, sastra, karena kan fisip ini lebih dekat dengan pengetahuan fungsial dimana hmm semua praktisi PR itu salah satu keterampilan yang wajib banget di punya adalah skill buat berkomunikasi mungkin bagi orang – orang berkomunikasi itu gampang ya yang penting bisa ngomong, tiap hari juga kita bicara, tapi hm banyak banget yang masih miss mengenai delivered dari proses komunikasi yang baik benar nah menurutku skill yang perlu dimiliki dari praktisi PR itu itu kadang kadang ada faktor luck juga ya menentukan misalkan kamu bukan dari rumpun ilmu komunikasi tapi kamu mungkin seperti tim seorginate aku yang dari sastra inggris itu karena dia memang skillnya kuat banget di PR jadi dia bisa sukses jadi PR Officer nah itu yang membuat bisa sukses adalah keterampilan komunikasi, lalu keterampilan kamu mempelajari softskill yang efisien, mungkin itu sih yang lebih mempengaruhi.

P: ohh begitu kak, oke pertanyaan selanjutnya “bagaimana menurut kak Alline representasi tugas dan fungsi dalam serial “Race”? apakah kak alline melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan kak Alline sebagai praktisi Public Relations?”

A: Hmm kalo ini sih aku liat cukup banyak kesamaan ya karena kan hmm sama sama sebagai praktisi PR meski memang kalo di dalam drama bakal di bumbuin hal hal yang lebih ya lebih menarik lah untuk konflik drama itu sendiri dan mungkin perbedaan yang di rasa adalah perbedaan dari segi company culture karena hmm perbedaan culture di korea dan di Indonesia itu dari segi pekerjaan hmm konflik dan segala macem itu gak sama jadi mungkin gak sama jadi mungkin gak terlalu relate disitu tapi so far kalo untuk tugas dan fungsi PR in general serial Race itu sudah cukup merepresentasikan apa yang terjadi di industri PR.

P: oke kak, jadi di Race kan karakter utama yaitu Park Yoonjo di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut Anda cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut kak Alline apakah cara yang dilakukan oleh Park Yoonjo sudah tepat?

A: hmm sebelumnya aku mau kasih tahu kalo tugas PR itu sebenarnya macem macem banget, bahkan aku gak bisa mendefinisikan krisis mana yang sekira nya muncul, dan ternyata krisis yang muncul itu kadang kadang ajaib ini nyeleneh kaya yang di representasikan juga di serial Race begitu. Mungkin beberapa orang yang awam itu gapaham begitu kaya kok bisa sih kaya begitu dijadiin krisis sebagai PR tapi kenapa sih itu bisa dijadiin krisis karena itu menyangkut reputasi nama baik dan juga hm citra dari petinggi, ada berapa konotasi2 media corporate yang ditampilkan mengenai scene itu khususnya nah itu adalah tugasnya PR juga sih buat handle buat klarifikasi bagaimana sih supaya bisa memperbaiki citra yang buruk jadi lebih baik lagi begitu.

A: nah untuk menjawab pertanyaan kamu sebelumnya, menurut aku sih sudah tepat yang direpresentasikan dalam drama begitu karena balik lagi ini kan serialnya hmm mengangkat industri yang ada di kehidupan nyata cuman ada berapa pakem – pakem yang disesuaikan dengan hiburan atau konflik entertain jadi aku gabisa bilang hmm cara ini salah atau cara ini lebih baik karena itu kan semuanya sudah terplot di dalam serial tersebut. Tapi kalo dari sisi aku dan perspektif aku sebagai penonton menurut aku sudah cukup oke sih untuk penyelesaian dan problem solving yang ditampilkan di drama race tersebut.

P: oke pertanyaan selanjutnya, Pada serial ini juga menyoroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan

CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut anda hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”?

A: hmm menurutku iya ya, karena kita sebagai agency dan klien handling kita pasti harus selalu kasih service supaya klien ibaratnya bisa retime ke kita sebagai agency dan kita bisa terus terusan handle klien tersebut makanya kita pasti bener – bener berhubungan baik dengan stakeholders atau klien klien tersebut sih.

P: oke, pertanyaan selanjutnya “dalam serial drama korea Race ini kan terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh ParkYoonjo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut kak Allien sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan mereka?”

A: banyak yang tadi sudah aku jelasin dan aku elaborate juga banyak banget hal hal yang bisa bikin ini tuh agak bentrok dengan moral prinsip dan etis, personal blog dari diri kita sendiri begitu, eee menurutku seperti yang sudah aku jelasin tadi kita harus bisa adjusting skill kita dan kapan kita mau mengedepankan prinsip diri dan kapan kita mau adjusting dengan cara cara yang rasional untuk ibaratnya menjalankan atau mengimplementasikan strategi PR yang sedang kita hadapi ini.

P: Oke baik kak, pertanyaan selanjutnya “pada drama serial korea Race ini, karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat, bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana cara kak alline menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR?”

A: hmm kalo menghadapi tekanan dan tenggat waktu mungkin awalnya itu susah banget ya tapi karena dari awal itu bekerja as PR jadi sudah terbiasa banget dengan deadline dan jam kerja nya dan tanggung jawab responsibility as a PR dari awal aku juga suka dengan bidang ini dengan industri ini jadi menurutku gak ada si yang terlalu berat.

P: oke, pertanyaan selanjutnya. “Bagaimana kak Allien membandingkan gambaran praktisi PR di dalam serial drama Korea “Race” dengan pengalaman kak Allien sendiri dalam industri PR ini? apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut kak Allien di lebih – lebihkan dalam representasi tersebut?”

A: hmm kalo yang dilebih lebihkan pastinya ada ya karena ini drama ya balik lagi hmm drama itu gak mungkin plek plekan kaya kehidupan nyata gak ada bumbu bumbu konflik yang menarik drama tersebut, ada beberapa hal yang kurang merepresentasikan menurutku di poin poin dalam drama ini, seperti penyelesaian konflik yang engga applicable kalo di korea mungkin oke tapi kalo di Indonesia gak mungkin bisa diselesaikan seperti itu, nah itu ada beberapa hal kaya poin kaya begitu itu menurutku ga terlalu berfungsi karena kan posisinya aku sebagai public relations saja bukan sebagai politikus dari industri PR begitu

P: oke dua pertanyaan terakhir ya kak. Nah serial drama korea ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. “Dalam pengalaman kak Alline, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi Public Relations? Lalu bagaimana kak Alline mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?”

A: hmm menurutku kalo persaingan itu justru bukan dari bukan diciptakan atau terbentuk dari ekosistem kalo bersaing itu pasti kita bersaing ya kaya di seluruh aspek pekerjaan itu itu pasti ada saingannya begitu kaya misalkan HR pasti ada another HR yang lebih kompeten tapi cara mengatasi persaingan satu lagi hm aku gak pernah melihat sesama praktisi PR itu sebagai saingan tapi sebagai tempat belajar, sebagai sosok yang inspiratif supaya aku bisa menambah pengetahuan ku di bidang PR. Kita harus jalin hubungan yang baik dan kita juga harus membuka pikiran dan terbuka juga perasaan kita untuk saling sharing sesama praktisi PR.

P: hmm oke lalu untuk pertanyaan selanjutnya apakah ada scene dalam serial drama korea Race yang secara khusus menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu?

A: jadi maksudnya ini penilaian pribadi ya? penilaian personal begitu ya? Hmm untuk penilaian company mana yang lebih baik begitu ya, sebenarnya kalo dari pendapat pribadi hmm untuk memilih company mana yang baik yang terbaik dari yang terbaik itu adalah yang sesuai dengan strategi PR yang mau direpresentasikan company mana yang bisa mewujudkan strategi PR tersebut yang paling sesuai dengan keadaan yang butuh di tangani dari masing masing company sendiri, jadi kalo misalkan ada yang bilang company nya lebih baik dalam menangani hmm problem problem PR begitu tapi belum tentu di aplikasikan juga ke company B atau company C karena bisa jadi isu nya beda hmm dan praktisi PR yang digunakan dan yang aktif berkontribusi itu jugas pasti pengetahuannya sudah dimaksimalkan di aspek aspek tertentu hm jadi misal company yang terbaik gak ada jadi bisa company yang sesuai dan kami tuju. Kalo untuk pribadi ya sesama rekan kerja, kompetitif atau engga sih aku engga yaa. Kalau teman se tim aku sih aku merasa memang mereka kompetitif dalam bekerja ya karena mau capai target gitu loh jadi ya harus berusaha

P: ohh begitu kak, jadi aku mau mastiin saja berarti yang tugas dan fungsi PR di Race ini seperti ada event/acara spesial, menulis dan mengedit, hubungan media dan penempatan media, riset, terus ada publisitas, lalu ada training, lalu juga ada manajemen dan administrasi, menjaga hubungan yang baik dengan internal, itu juga kak alline alamin di dunia nyata ya kak? Jadi relate sejauh ini tugas dan fungsinya?

A: iya betul, kalo yang aku liat sih memang relate yaa tugas dan fungsi public relations yang ada di Race sama yang aku jalani, aku juga ngalamin itu tapi memang ya beda di konfliknya saja sih.

P: oke baik kak, itu saja sih kak pertanyaan nya. Sebelumnya terima kasih banyak ya kak sudah meluangkan waktunya, jika nanti ada yang mau aku tanyakan boleh ya kak aku izin chat kak allien

A: iya sama sama amel, boleh kok chat aku saja ya, kalo ada yang mau ditanyakan let me now ya melll

P: baik kak, aku akhiri ya zoom nya. Terima kasih kak Allin

Lampiran 4. Transkrip Informan 2

TRANSKIP INFORMAN 2

P : Putri

R : Raisa

P: Halo kak raisa, selamat siang kak raisa. Sebelumnya aku mau ucapin terima kasih karena kakak sudah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai informan aku pada penelitian yang lagi aku jalani saat ini. sebelumnya perkenalkan nama aku putri amelia efendi mahasiswa semester akhir dari Universitas Pembangunan Jaya, oh iya kak sebelum mulai kakak boleh perkenalkan diri terlebih dahulu, mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili kantor, dan lama bekerja di bidang PR.

R: oke, halo amel perkenalkan nama aku raisa zakiah, usia 24 tahun, pendidikan nya itu berarti itunya ya jenjang pendidikan ya pendidikan nya itu S1 Ilmu Komunikasi pekerjaan nya sekarang sebagai konsultan PR tempat tinggal nya di Rempoa, domisili kantor di Jakarta Selatan. Lama bekerja di bidang PR itu 1 – 2 tahun.

P: Baik kak, langsung saja ya aku mulai ke pertanyaan nya ya kak. Pertanyaan pertama ini mengenai serial Race nya. Kalo boleh tahu kakak sudah selesai belum ya nontonnya?

R: hmm aku sudah selesai menontonnya dari episode 1 sampai episode 12

P: ohh oke, aku mulai ya kak pertanyaan pertama. Apakah kak Raisa sudah selesai menonton serial drama korea Race dari episode 1 – 12?

R: sudah, jadi aku sudah dapet gambaran nya bahwa Race ini menceritakan tentang kehidupan atau karir di bidang PR

P: Oh oke, pertanyaan selanjutnya kapan terakhir kak Raisa menonton drama Korea Race tersebut?

R: Belum lama sih, mungkin sudah 2 minggu yang lalu lah ya

P: Kalau boleh tahu kak Raisa menonton serial Race ini di waktu kapan ya kak? Dan apakah saat sedang melakukan aktifitas lain? (pertanyaan tambahan via telpon whatsapp)

R: hmm aku nonton serial Race ini sih biasanya pas weekend ya atau ya malem kalo free. Aku kalo nonton serial ini gak ngelakuin aktifitas apa apa sih, karena ya emang tidur – tiduran aja dikamar gitu sebagai hiburan aku disaat aku mau istirahat, refreshing otak karena bekerja hehehe

P: baik, selanjutnya bisakah secara singkat kak raisa menceritakan mengenai alur cerita dalam Korea Race tersebut?

R: Ya paling kalo yang aku tangkep sih point point nya itu suka duka kehidupan pekerja kantoran yang pertama nah kebetulan si tokoh utama nya ini kan bekerja sebagai seorang PR begitu kan jadi disitu dia eemm film ini itu kaya menggambarkan dan menceritakan eee suka duka mereka menjalani karir sebagai PR dengan segala tantangan rintangan budaya organisasi yang berbeda beda, budaya perusahaan yang berbeda beda. Terus karakter ee atasan yang juga berbeda beda, karakter rekan kerja yang berbeda beda proyek yang berbeda beda, ee karena kan kalo yang aku liat itu di awal awal juga kan film itu kaya saat pas tokoh utama nya ini masih kerja di PR Joa nama agency nya dia kan cuman ada beberapa karyawan doang kan paling cuman ada 3 karyawan doang kan dan mereka itu biasa ngehandle proyek proyek yang sekala nya tu kecil begitu. jadi kaya misalkan mereka ngehandle toko roti buat strategi promosi eee toko roti begitu ya supaya naikin awareness pembeli dan nambahin jumlah pembeli gitu kan jadi ee itu sih yang bisa aku ceritain terus kemudian dia pindah ke kantor yang lebih besar lagi eee Seyong grup yang notabene nya punya reputasi lebih baik daripada PR Joa begitu sih

P: Oke, pertanyaan selanjutnya “Bagaimana sih pendapat dari kak raisa mengenai alur cerita tersebut?”

R: Menurut pendapatku pribadi ya sebenarnya kalo misalnya ditanya dari sisi konsultan itu si siapa tokoh utamanya ini kan dia kan pertama jadi konsultan di agency abis itu dia pindah kan jadi PR internal begitu loh, dia jadi PR internal perusahaan dia bergabung di tim internal perusahaan yang notabene nya sebenarnya agak berbeda sih skema bekerja nya kemudian apa namanya ruang lingkup pekerjaan itu sedikit berbeda begitu karena kalo misalnya dikonsultan itu kita penyedia jasa sementara kalo yang di Seyong itu aku belum terlalu nangkap sih sebenarnya Seyong itu perusahaan yang bergerak di bidang apa sih karena kadang dia ngehandle proyek kosmetik kadang ngehandle apa begitu kan, itu sih aku masih kurang nangkap karena ada tiga bahkan ada banyak pihak yang berlapis lapis kan jadi aku kadang kurang bisa meletakkan saja mana sih yang jadi penyedia jasa nya mana yang fasilitator nya mana yang jadi klien nya kalo klien nya kan sudah jelas, klien nya itu celltics itu kan yang paling banyak dibahas disitu itu sih.

P: Oke, selanjutnya dapatkan kak Raisa menceritakan pesan yang menurut kak raisa ingin disampaikan dalam serial drama Korea Race ini?

R: hmmm ya intinya kalo aku liat sih sebenarnya mereka itu kebanyakan menyoroti bagaimana sih tokoh utama ini beradaptasi dari kerjaan yang lama kepada kerjaan yang baru begitu loh, jadi kaya aku lebih ditunjukkan kaya dia menghadapi berbagai macam masalah yang menurut aku sebenarnya gak begitu begitu banget maksudnya kaya di Indonesia itu gak seperti itu begitu loh kenyataannya ada perbedaan yang menonjol begitu antara di serial karena mungkin serial nya juga serial Korea dengan di Indonesia menurut aku itu kaya pas dia diterima di satu program perekrutan tanpa kualifikasi terus kemudian malah jadi krisis itu itu maksudnya kaya

wartawan atau media nya kaya kurang kerjaan banget kaya ingin musuhan mulu sama si Seyong begitu loh mencari cari terus lah dugaan korupsi terus juga kemudian ee apa namanya program dianggap gak efektif dianggap malah tambah bikin kesenjangan begitu menurut aku kaya terlalu apa ya terlalu jelas banget begitu dia itu mau film itu kepengen ngangkat konflik nya itu tentang si Seyong dilanda krisis terus menerus begitu loh sampe akhirnya yang tidak realistis pun kaya yang tidak rasional maksudnya kaya ada satu orang diterima di perusahaan eee karena ikutan program itu terus kemudian jadi krisis, terus orangnya itu diserang rame rame sama netizen itu kaya atas urgensi apa juga netizen nyerang dia begitu loh kaya misalkan kaya analogiin ini perusahaan yang besar kaya astra begitu ya, astra punya program merekrut karyawan tanpa kualifikasi begitu terus kemudian kita semua sibuk nyerang orang itu kaya harusnya kita kaya empati kan kalo secara apa ya humanis nya itu kita harus empati lah astra punya program tanggung jawab sosial punya apa itikad yang baik begitu loh kaya kenapa jadi itu di cari cari banget kesalahannya begitu kan,terus kaya pesan yang ingin disampaikan kaya mau ngegambarin pekerjaan public relations seperti tugas dan fungsinya tapi ya ditambahkan dengan bumbu konflik

P: pertanyaan selanjutnya, selain konflik itu menurut kak raisa konflik apalagi yang disampaikan dalam serial korea race?

R: konflik ee apa yaa, yang pasti bukan konflik percintaan karena yang aku liat gada konflik percintaan yang sering dibahas, ya paling konflik seperti misalnya kaya dia eee apa namanya ada waktu dimana dia ada scene adegan dimana dia itu dipercaya buat presentasi ide nya didepan apa namanya petinggi petinggi seyong begitu kan untuk strategi promosi tapi kemudian sudah ditentukan pemenangnya siapa begitu loh itu kaya menurutku disini kejadian tapi jarang, kalo disini itu lebih fair cara mainnya itu lebih fair ya kaya misalkan kita pitching terus ide kita memang bagus dan efektif terus promotif dan menjawab permasalahan begitu ya solutif lah ibaratnya itu itu pasti bakal terpilih begitu loh dan menurut aku juga apa ya sebenarnya kalo kita lagi pitching pitching begitu sih gak sampe 3 pihak yang terlibat begitu loh kalo ini kan ada Seyong ada agency nya terus ada Celltics nya tinggal terima jadi gituloh kan jadi kaya bingung itu apa namanya relasi nilai relasi nya dimana begitu kan, gitu sih.

P: jadi menurut ka raisa ini konflik di Race ini itu memang dilebih lebihkan saja ya?

R: iya memang dilebih lebihkan, kelihat banget sih dilebih lebihkan kaya gak ada suatu yang bener bener krisis banget terus kemudian tapi dibentuknya jadi kaya kok jadi kaya apa ya namanya heboh banget begitu loh kok jadi apa namanya sasaran empuk banget begitu.

P: sebenarnya di Race itu itu banyak konfliknya kak kaya masalah mengenai bubuk protein terus postingan CEO banyak deh kak konfliknya yang buat citra seyong itu rusak

R: nah iya kan konfliknya banyak

P: oke pertanyaan selanjutnya, apakah kak raisa mengetahui bahwa serial drama korea Race ini salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations?

R: iyaa karena jujur saja isu isu yang diangkat itu isu yang sama ini sama yang lagi diangkat PR PR Indonesia yang lagi concern, praktisi praktisi PR Indonesia ini itu lagi concern banget sama ESG, kamu tahu kan ESG itu Environment, Social dan Governance itu kan di integrasikan banget kan di film itu cukup disinggung banget kan maksudnya kaya cukup diberikan perhatian dari itu juga, aku itu suka banget sama karakter siapa yang temennya yang jadi CCO nya aku lupa banget namanya, aku lupa banget nama ibu siapa begitu, nah itu dia keren banget sih dia kan PR specialist kan ya menurut dia itu program program yang harus ada yang harus PR lebih eee apa namanya amplifikasi ya itu isu tentang ESG jadi bagaimana sih perusahaan ini itu bisa selain dia mencapai objektif nya dia juga bisa eee menunjukkan kepeduliannya terhadap permasalahan – permasalahan ESG begitu loh begitu sih, pokoknya misi pembangunan berkelanjutan begitu lah. Pokoknya kita harus bisa nunjukin pro kita sih nunjukin eksistensi kita sebagai perusahaan yang pro dengan prinsip prinsip ESG itu kan disinggung banget ya terus dia ngasih saran juga tentang apa namanya kalo misalnya dalam ee tim internal itu atasan itu harus eee mendengar lebih peduli lebih berempati lebih mengerti bawahannya kan jadi supaya karena ya era sekarang itu sudah berbeda begitu loh sekarang era pertukaran informasi dimana sekarang berita itu muncul dari karyawan yang upload upload cerita di sosmed begitu loh jadi ikut ikutan ngasih impact ke citra perusahaan begitu kan itu sih paling.

P: oke jadi ada kesamaan lah ya kak di Korea dan di Indonesia PR nya sama sama lagi nyinggung soal ESG itu dan tugas dan fungsi yang dilakukan praktisi PR di korea itu sama dengan praktisi PR di Indonesia?

R: iyaa untuk tugas dan fungsi nya sama tapi ada perbedaan budaya nya.

P: oke, baik pertanyaan selanjutnya. Bagaimana pendapat kak raisa mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial race?

R: apa apa? Sorry bagaimana mel gak kedengaran tadi

P: bagaimana pendapat kak raisa mengenai penggambaran konflik realitas PR pada serial Race?

R: kaya yang tadi aku bilang begitu loh kaya misalnya ada perselisihan antar petinggi petinggi eksekutif di Seyong kemudian ada apa sih namanya itu kaya begitu pemenang tendernya sudah ditentukan siapa begitu, aku gangerti itu Seyong itu sama Earthcomm itu ada konflik apa maksudnya kaya ada hubungan apa sih sampe bisa pemenangnya sudah ditentukan duluan begitu kan. Terus kemudian masalah apa ya ohhh kaya si apa ya perdebatan antara program ini cocok gak dengan ini terus kaya kemudian kayanya eee kamu tahu ga sih yang pas eee apa sih namanya aku lupa deh publisitas, strategi publisitas nya itu menurut bu eksekutif nya itu sudah kuno begitu sudah old kalo dipake jaman sekarang begitu kan sudah gak relevan lagi dengan zaman yang sekarang lebih refered itu ya kita seharusnya lebih bisa kreatif lagi begitu loh begitu kan bukan hanya terus

terusan pengennya itu dapet sorotan bahwa perusahaan kita itu eee baik loh perusahaan kita itu berempati loh perusahaan kita itu peduli loh sama apa namanya orang orang yang punya bakat punya talenta begitu ya punya pengalaman tapi gak ada kualifikasi pendidikan kan bukan sebatas itu doang begitu aku sih setuju ya maksudnya kaya ada perdebatan soal efektifitas strategi publisitas nya begitu loh begitu sih, terus kaya kemudian konflik sama media yang awal – awal scene banget ya kan kaya aku itu bingung begitu loh kaya disana itu konflik sama media nya itu kaya terkesan media tuh peduli banget sama perusahaan padahal sebenarnya engga kok, orang jurnalis juga kalo engga kita kejar kejar dia gabakalan peduli sama apa ya eee aktifitas kita kemudian program program dikantor kita gitu loh.

P: hmm okee kak, pertanyaan selanjutnya ini mengenai pengalaman kak raisa di dunia PR. Jadi pertanyaan pertama bagaimana kak raisa menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas dan fungsi sebagai praktisi PR?

R: bagaimana menghadapi dinamika pekerjaan praktisi PR ya, kalo aku sih pertama kita persamain dulu ini persepsi kita sama klien jadi kita harus tahu dulu objektif nya apa key message nya apa, terus kemudian goals akhirnya apa sih yang mau dia iniin gitu, kalo biasanya itu dikantor aku tuh awareness, terus reputasi, manajemen krisis, kemudian hmm ya reputasi sih sebenarnya yang lagi banyak itu tentang krisis yaa sama promosi peluncuran produk, brand awareness dan segala macam itu masih jadi ee goals goals yang populer dan goals goals yang paling sering aku dapetin dari klien klien gitu loh, nah cara menghadapinya ya pertama kita persamaan dulu ini persepsi nya gitu loh dari apa namanya dari segi program yang mau digarap itu kira kira sudah bener belum dengan cara dan strategi yang seperti ini apakah relevan gitu dengan target audience nya gitu kemudian eee yang kedua itu apa ya namanya kita harus bisa tetap ini si profesional dan memahami keinginan klien yang kaya walaupun kita sebagai konsultan disini tugas nya adalah memberikan dia eee masukan, input, arahan gitu ya untuk menyampaikan strategi komunikasi yang bener begitu tapi tetap saja kita harus dengerin maunya dia kaya kemarin misalkan ada orang mau nerbitin pressrelease tapi disitu tapi posisinya kita itu sudah tahu pressrelease yang baik itu seperti apa yang ada nilai berita nya itu seperti apa tapi ternyata dia lebih mau kita highlight tentang event nya dia sementara kita kan punya data PR tren kan nah sementara pas kita monitoring data PR tren terbaru itu ternyata ee menunjukkan bahwa sekarang yang bisa memenuhi kebutuhan informasi publik itu adalah berita yang punya misi sosial gitu loh berita yang memuat bahwa perusahaan itu punya misi sosial begitu loh, punya program program berkelanjutan untuk memberikan solusi solusi bagi masyarakat misalnya masalahnya adalah pengangguran kaya bikin program kompetisi kewirausahaan dan sebagainya gitu loh supaya mengenal anak muda biar mau berwirausaha kaya begitu gitu loh nah itu si yang maksudnya kaya menurutku dalam penentuan konteks ee strategi itu dilaksanakan ya itu tuh harus sama dulu ini persepsi nya kita samain dulu, jadi intinya sih kita harus bisa tetap mempertimbangkan dua sisi sih jadi bagaimana kita bisa memenuhi ekspektasi klien itu dengan bagaimana kita juga bisa memenuhi ekspektasi publik jadi harus satu benang merah tuh gitu

P: baik kak, insight baru buat aku. Pertanyaan selanjutnya bagaimana cara kak raisa melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja kak raisa dalam melakukan aktivitas PR?

R: kalo kebetulan sih kalo konstan konstan di kantor aku itu atasan aku itu orang nya baik baik banget ya maksudnya kaya supportif, terus juga apa namanya berempati juga, terus juga kita kemudian karena sudah supportif jadi kita saling backup misalkan kaya eee apa namanya rekan kerja aku itu lagi kebingungan buat milih konteks buat ngundang media atau buat bikin apa namanya talking points dan sebagainya begitu ya itu tuh pasti kita tuker pikiran kita open banget dengan namanya diskusi gitu loh diskusi sama tim jadi kaya sudah saling support banget sih antara aku dan rekan kerja lain itu gak ada namanya egosentris sih maksudnya kaya ingin nya dia yang selalu di dengar hanya karena dia atasan, jadi kaya budaya budaya di tim aku tuh juga sudah saling respect kemudian apa namanya gak hanya karena aku lebih muda terus kemudian dia lebih senior terus kemudian pendapat aku gak di dengar, pendapat aku dikesampingkan itu engga justru sekarang kaya malah mereka tuh butuh sudut pandang dari yang muda muda ini buat ngasih pembaruan dalam program, pembaruan dalam taktik strategi, format format media yang udah berubah itu itu justru anak anak muda kan yang lebih tahu, lebih akrab dengan teknologi yang terbaru saat ini gitu gitu loh jadi aman aman ajaa sih kalo sama rekan kerja aku.

P: jadi engga relate lah ya kak kalo di serial kan memang teman teman nya si pemeran utama itu memojokkan dia kan, dikucilkan gitu kan.

R: iyaa, cuman ada sisi yang sama juga sih jadi misalkan karena dia orang baru juga kan being lowaise heart begitu jadi kaya orang baru itu memang selalu sulit aku juga adaptasi nya susah sebenarnya pas awal awal masuk kantor itu sebulan pertama itu ya adaptasi nya juga lumayan menantang gitu ya, lumayan kadang kadang overthinking eh ini gua diterima gak si, gitu gitu ya kan, ini gua bisa ngikutin ga si maksudnya bisa nyeimbangkan gak sih, karena mereka tuh kan itu kan apa ya namanya mobilitas nya cepet banget kan antara satu projek dengan projek tuh jadi kaya misalkan kita itu dalam sebulan ajaa megang 3 misalnya dengan kebutuhan klien yang berbeda beda kebutuhan service yang beda beda, ada yang kebutuhannya media monitoring, ada yang kebutuhannya bikin preescon, ada yang kebutuhannya pressrelease, terus kemudian juga ada yang kebutuhannya ingin memulihkan reputasi itu tuh susah maksudnya kayak itu tuh kadang kadang bikin kita kewalahan juga kan, kaya mana ini yang harus yang kita full attention more gitu jadi kaya aku kadang kadang lebih ke apa ya namanya lagi masa penyesuaian untuk bisa apa nyetel lah sama budaya kerja disana sama sistem kerja disana gitu loh gitu loh

P: baik selanjutnya, dalam pengalaman kak raisa, bagaimana cara menanggulangi perbedaan pendapat dalam fungsi PR?

R: menanggulangi perbedaan pendapat yang pertama sih kita harus menjadi pendengar dulu ya maksudnya ini antar tim atau antar tim internal atau pihak eksternal ini?

P: kedua dua nya boleh dijelaskan kak

R: oke, kalo dengan tim rekan setim itu ya biasanya aku sih sudah punya opini yang sama ya sudah punya perspektif yang sama karena kita background nya sama sama PR jadi kita itu tahu mana informasi yang konteksnya sudah mengandung nilai berita misalnya buat pressrelease mana apa ya namanya mana audiens yang tepat untuk disasar, mana publik prioritas yang bisa kita rangkul gitu jadi kaya mana objektif yang tepat begitu loh jadi kita itu sudah punya kesamaan jadi aku jarang banget beda pendapat sama rekan kerja aku sama atasan aku karena kita tuh sudah punya persepsi yang sama sudah punya pemikiran yang sama kalo kaya gini ini enakan di handle nya dengan cara seperti ini, dengan gaya seperti ini, misalnya kaya pemilihan media, misalnya projek nya kemarin ituu parfum ya kita pasti pilih media lifestyle tapi dia kekeh mau media yang kaya unik ya itu kan jadi ini kan jadi apa namanya perselisihan lagi tuh kan jadi biasanya aku itu sama rekan kerja aku itu sudah satu persepsi si. nah biasanya sama klien ini dan sama pihak ketiga dan sama media kita nyebutnya kan thirdparty begitu. Kalo sama thirdpart dan sama media itu kadang kita perlu mengkomunikasikan lebih dalam lagi tentang kebutuhan kita itu ini loh urgensi nya seperti ini loh, terus cara nya yang mau kita coba lakukan ya ini begini loh caranya jadi itu sih yang lebih kita lobby lobby ke mereka mereka gitu loh kita membangun pemahaman ajaa sih jadi kayak kita kasih pengertian misalnya dia kaya engga ah, misalnya kita mau apa namanya hmm menjangkau publik dengan saluran komunikasi misalnya podcast yang zaman sekarang tapi ternyata mereka masih mau pakai radio itu kan kita bisa kasih pengertian kan, kaya oh sekarang radio sudah sedikit pendengarnya apalagi kita menasar generasi muda sehingga sudah tidak relevan lagi menggunakan radio sebagai saluran komunikasi begitu kan, itu sih paling seperti itu.

P: oke, pertanyaan selanjutnya. Dalam pengalaman kak raisa bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak terkaitnya?

R: hmm ya kalo sama media sih jelas kita harus transparan, kita tuh harus kasih informasi sebisa mungkin yang apa ya namanya berbasis kan data berbasis kan fakta kemudian harus informasinya valid gitu loh jadi kalo misalnya di dunia PR itu ada hitam ada putih, PR itu harus ada di sisi putih jangan ada di sisi yang abu abu gitu kan, gabolet walaupun kita sering kita khawatir bermain middle abu abu itu kalo kita lagi ngehandle proyek untuk membenahi reputasi suatu perusahaan. Misal dia tersandung kasus apa kemudian kita harus mencoba eee menerangkan kepada publik tapi itu kita tetap harus gabolet defense bahwa klien kita bener, kita harus beneran berdiri diatas yang sisi putih itu jadi kita harus tetap akui kesalahan kita, minta maaf gitu terus kemudian baru kita kasih tahu itikad baiknya loh untuk memperbaiki situasi ini, untuk mengatasi masalah itu kita akan melakukan a b c d e gitu loh, gitu sih cara yang paling tepatnya gitu

P: jadi sebenarnya PR itu penting banget ya kak deket sama media itu emang penting banget gitu?

R: iya, karena media sebenarnya jadi corong ya maksudnya corong untuk kita menyampaikan informasi gitu kepada publik sesuai dengan fungsi nya juga media kan sebagai sumber informasi nah informasinya tuh kita darimana ya ibaratnya media itu kaya apa ya namanya media itu keran nya kita itu selang nya begitu loh. Jadi media itu penyalur informasi kepada publik gitu, channel channel yang kita gunakan PR untuk nyampaikan informasi ya pasti menggunakan media gitu. Nah kalo sama pihak lainnya tuh kaya misalnya ohhh kaya aku ada pihak ketiga seperti komunitas jaman sekarang tuh kita gakaya hanya sama sekali berhubungan atau menjalin relasi sama media ajaa kita tuh juga sama komunitas sama regulator, aku kemarin handle proyek sama BI lagi handle proyek bermitra sama apa sama regulator BI, DPR segala macam ituu tuh kita juga apa namanya bermitra bekerja sama sama mereka gitu loh, government relation nama istilah nya ya. kalo sama regulator itu biasanya kita ya istilahnya kita bisa kolaborasi sama dia buat sama misalnya mau mengkomunikasikan eee kebijakan, mengkomunikasikan kebijakan kemudian yang relevan sama klien kita misalnya klien kita case nya itu ingin bikin program kewirausahaan nah kita kolaborasi sama BI buat apa, BI sebagai regulator itu kan punya insight tentang sertifikasi halal, tentang kebijakan kebijakan apa namanya di sektor wirausaha yang lain, sektor keuangan begitu kan nah itu jadi mungkin bisa kita gabung disitu entah sebagai stakeholders entah sebagai apa gitu kan itu bisa kita cari titik tengahnya gitu loh

P: hmm ohh begitu ya kak, pertanyaan selanjutnya apa sih menurut kak raisa yang menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?

R: tantangan terbesarnya karena kebetulan aku juga baru berusaha jadi konsultan ini kan baru beberapa bulan ini kan sebelumnya tuh paling kaya ngurusin nya media doang gitu hubungan sama media, ngurusin konten konten untuk media, tapi kalo sekarang itu tantangan terbesar itu ya karena sekarang PR itu gak hanya menjalin hubungan dengan media tapi banyak stakeholders lain yang kita harus payattention sama mereka gitu loh kaya yang tadi aku bilang ada regulator, pemerintah, kemudian ada komunitas, komunitas nya juga mungkin punya misalkan kaya komunitas womenpreneur gitu kan kita juga harus punya nilai nilai kita juga harus ikutin nilai nilai dia kan misal dia punya budaya seperti ini kita harus bisa mengikuti jadi misal kita mau mengkolaborasi sama dia kita tuh gak kontradiksi sama nilai nilai sama gagasan yang mereka bawa itu sih jadi kaya lebih kepada memaintenance hubungan dengan stakeholders yang super banyak ini, karena kaya banyak banget kaya media ajaa misalnya kaya ada banyak ada puluhan komunitas ada belasan regulator pemerintah segala macam itu banyak yang harus kita perhatiin kan apa namanya ruang lingkup pekerjaannya gitu.

P: pertanyaan selanjutnya, bisakah kak raisa menjelaskan mengenai tugas dan fungsi yang biasa kak raisa kerjakan sebagai praktisi PR?

R: aku itu banyak sih sebenarnya relate juga sama mata kuliah mata kuliah PR yang aku pelajari di bangku kuliah ya, masalah untuk fungsinya itu kita sebagai penyedia jasa kan kita itu pasti diminta sama klien bantuin klien buat merumuskan strategi komunikasi yang tepat kemudian membangun hubungan dengan pihak-pihak terkait stakeholder stakeholders yang bersangkutan dengan klien kita begitu ya. Jadi mungkin kalo dari aku fungsinya itu ya sudah jelas maksudnya kaya balik lagi ke kebutuhannya ini misalnya kaya kebutuhannya itu disetiap kebutuhannya itu pasti ada fungsi dan tugasnya kan, misalnya kaya fungsi dan tugasnya kita kaya ngelobby itu udh paling penting banget ya, ngelobby media, ngelobby regulator, ngelobby pihak-pihak ketiga dan sebagainya itu itu sudah penting banget kemudian tugasnya juga harus dekat banget sama riset karena kita itu pasti berangkat dari data kan, gamungkin gak berangkat dari data kemudian fungsi dan tugasnya itu ya disitu sih maksudnya kaya PR tuh juga harus bisa apa eee sebagai konsultan juga kita gaboleh yang namanya tuh belain klien banget gitu loh nama istilahnya tuh agak lupa ya untuk nama tugas dan fungsinya cuman yang jelas tuh kita tuh gaboleh berdiri diatas wilayah yang abu-abu gitu kan jadi fungsi dan tugasnya itu tuh jelas kita apa namanya harus membentuk suatu situasi dimana klien kita itu bisa menjalankan fungsi komunikasi dengan baik sesuai dengan objektif mereka gitu.

P: baik, pertanyaan selanjutnya ya kak. Bagaimana strategi yang kak raisa terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media?

R: oke, jadi sebelum informasi itu disebarkan ke publik informasi itu harus banget akurat dan valid, kita gaboleh yang namanya merekayasa data supaya kesannya klien kita yang bener klien kita yang apa namanya punya buat hanya untuk memperbaiki citra pemberitaan itu kita gak boleh merekayasa merekayasa seperti itu, terus kita juga harus komunikatif juga sih ya banget, kita harus memahami lah referensi audiens kita tuh gimana sih supaya kita tuh tahu channel channel nya nanti yang digunain saluran komunikasinya itu maunya apa, pesan yang diangkat, isu yang dibawa itu jadi bener bener kalo di PR strategi nya itu ya kita mempermainkan isu begitu loh makanya sebenarnya eee kamu masih inget gak sih konsep channel sama pesan maksudnya kaya konsep komunikasi kan SMCR yang source message channel receiver kan nah itu tuh 4 konsep itu tuh sangat sangat kita aplikasikan gitu loh dalam kita merumuskan strategi untuk berkomunikasi dengan publik kita gitu loh, jadi kaya source nya dari klien kita itu maunya seperti ini ekspetasinya gitu kan, terus kemudian message nya ini message nya ini paling penting penyampaian key message ini tuh paling penting buat penyampaian key message tuh paling penting karena itu yang bakal kita jadikan kunci ya buat menyampaikan informasi kepada publik kaya misalnya aku itu lagi ngehandle satu klien yang dari perusahaan gitu jadi dia bikin CSR untuk memberikan hibah kepada wirausaha wirausaha muda gitu kan kita harus tahu ini isunya apa, yang jelas tuh sudah jelas banget pakai ESG kan karena kita berdasarkan riset kita di riset yang baru keluaran tahun 2024 itu tren PR yang sekarang sedang relevan itu adalah ESG gitu kan kemudian penggunaan AI segala macam gitu loh itu sudah harus banget buka mata dan harus aware sama kemunculan kemunculan pembaharuan pembaharuan teknologi dengan tren tren yang saat ini lagi menjamur gitu loh jadii kaya misalnya coba balik lagi ke yang aku kasih contoh tadi ya kita harus bisa amplifikasi isu mengintegrasikan isu yang mau kita bawa kepada perusahaan yang mau kita sampaikan misalnya kaya yang bisa menyita perhatian publik untuk saat ini di persoalan tentang kewirausahaan apa misalnya, ohh kaya penyandang disabilitas, ohh kita harus bisa nihh mengemas pesan, menyusun pesan yang menunjukkan bahwa proyek ini program ini itu peduli sama disabilitas loh, pro sama disabilitas loh, gak melihat dan gak memandang latar belakang ee fisik, latar belakang keluarga, atau apapun terlepas dari latar belakangnya selama mereka punya ide bisnis yang baik akan di provide akan didukung akan disupport dengan program program kita dengan pendampingan dengan sumber daya yang dimiliki, sama perusahaan ini gitu loh jadi sssih kaya begitu sih jadi kaya namanya tuh kalo di istilah PR itu amplifikasi isu itu itu nanti ditariknya ke pesan buat kita nanti menyusun pesan yang mau kita komunikasikan ke publik, nah itu namanya amplifikasi isu terus channel nya terangin ke konsep ini, masalah channel ini balik lagi ke preference usia kita ini umur berapa misalnya kita mau nargetin Gen Z. Gen Z itu kan gamungkin dengerin radio maksudnya kaya jarang banget lah dengerin radio yaudah pasti kita beralih ke podcast nah kita juga harus ada pemilihan podcast itu juga harus ada pemilihan channel podcast yang mereka sedang gandrungi itu apa jadi kita harus bener bener berbasis data banget kan ohh ternyata menurut data channel podcast yang lagi di gandrungi itu kaya podcastnya raditya dika, kemudian podcast praz teguh, dan lain lain. dari itu semua bisa disesuaikan lagi sesuai preference audiens, misalnya targetnya gen Z tapi klien kita itu background nya pengusaha energi gitu kan, konglomerat energi, nah kita harus coba kombinasikan lagi memetakan lagi kira kira benang merahnya dimana ini, benang merahnya apa ini, ohh ternyata mungkin bisa pakai channel youtube nya wiryawan gitu loh atau engga hmm kasih solusi yang sudah banyak penonton gen z nya terus juga sangat relevan dengan karakteristik program dan perusahaan klien kita gitu loh, misalnya karena perusahaan nya mau bikin proyek kewirausahaan bisnis gitu ya tentang edukasi bisnis dan segala macam bisa itu kasih solusi karena kasih solusi kan dia memang menyediakan ruang menyediakan panggung bagi praktisi praktisi bisnis bagi pelaku pelaku usaha umkm buat cerita tentang perjalanan mereka tentang membangun bisnis kemudian tentang menghadapi strategi2 penjualan dan sebagainya gitu kan jadi itu cocok nah udahh itu kita akan memilih dia jadi harus banget sih secara channel tuh kita menggabungkan antara preferensi audiens nya preferensi publiknya dengan apa karakteristik perusahaan klienn. Yaa gitu sih

P: inii insight banget sih buat aku jadi tahu realitas dan strategi sebagai PR itu harus bagaimana. Lalu pertanyaan selanjutnya, bagaimana kak raisa menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR?

R: hmm iya misalnya ini kaya balik lagi ya misalnya yang mau kita amplifikasi isu tentang sertifikasi halal gitu yaa, eee maksudnya disini kan mungkin beberapa kaum non muslim gitu teman teman kita dari kalangan non muslim tuh tidak terlalu mendalami lah tentang sertifikasi halal karena mereka kan juga dari kalangan non muslim yang maksudnya kaya tidak aware dengan hal itu jadi kita tuh harus bisa si menurut aku kita harus bisa membangun narasi narasi yang lebih umum yang lebih awam tapi tetap ada esensi nya tetap memenuhi nilai berita tetap memenuhi konteks konteks yang kita ingin sampaikan gitu loh, misalnya kaya masalah yang tadi aku bilang sertifikasi halal gitu misalnya kaya klien kita tahu atau ohh kaya misalnya channel podcast nih yaa, channel podcast kayaa kan kita tau ya host nya beberapa latar belakang dari host podcast podcast ternama itu kan menganut suatu agama tertentu dan mungkin kita liatnya dia terlalu fanatik atau seperti apa begitu kan nah muncul labeling ini di tengah tengah kita mengantisipasi itu dengan cara cari channel podcast yang host nya itu lebih general gitu loh, lebih netral gitu kan gak ada yang beban labeling gitu loh jadi audiens kita juga punya kepercayaan sama hostnya kan karena diketahui bahwa mereka tahu host nya ini bukan dengan latar belakang yang fanatik gitu kan, nah mungkin itu sih kalo sensitif kalo misalnya kemarin kan politik ya kemarin lagi memanas banget tuh nah itu sih kita usahain banget klien kita kasih nasehat ke klien kita coba bikin campaign, bikin aktivasi yang gak nyinggung para politik kalopun nyinggung dibikin fun gitu loh jadi kita tetap reading the wafe maksudnya tetap menunggangi tren itu kan yang jaman sekarang misalnya kaya pak Anies lagi ke korea segala macem nah itu kita tetap ikut ikutan, misalnya kaya buat disisipkan di konten itu itu oke oke saja sih, tapi jangan menunjukkan banget keberpihakan kita ke paslon nomor berapa, kita boleh sangat sangat oke dengan gagasan dia bahkan beberapa program pak Anies itu kaya desak anies jadi referensi aku banget buat nyaranin program ke klien klien aku, kaya konsep nya kaya desak anies saja cuman dicoba untuk mengemasnya kita coba melakukan nya itu dengan gaya yang lebih smooth dengan gaya yang lebih netral begitu loh, jadi itu sih yang sensitif kan kemaren pilihan politik yaa itu sih menurut aku kita kemarin coba netralisir coba main aman, kita tetap playsafe cuman kita tetap reading the wafe juga tetap menunggangi tren tren yang ada di dunia politik begitu kaya misalnya apa video tron begitu itu tetap ngisip ngisipin begitu buat konten kita atau buat disalurkan media kita gitu loh gitu sih.

P: okee, kan kalo PR ini kan memang harus punya respons cepat gitu ya kak, kan di serial juga ada tuh kan si cowoknya lagi di hutan lagi berkemah di weekend tiba tiba di telpon menurut kak raisa itu relate gak sih sama kak raisa yang harus kerja 24 jam kerja seminggu full begitu

R: hmm engga sih, aku engga 24 jam full sih kita tetap ada waktu libur nya, tanggal merah juga libur tapi ya kalo misalnya respons cepet tuh iya cuman balik lagi, kita kan bermitra dengan banyak pihak ya maksudnya kaya stakeholders kita tuh gak satu dua gitu banyak sekali stakeholders kita misalnya dari segi komunitas misalnya bermitra sama 5 komunitas dan kolaborasi dengan 5 komunitas dengan program yang berbeda beda itu kan jadi padat ya worklock nya jadi satu komunitas ajaa tuh banyak yang harus diselesaikan banyak yang harus dituntaskan pekerjaan mereka terus kita jugaa melihat situasi lagi ya jadi kalo misalnya memang sudah ada update, sudah ada perkembangan dari suatu pekerjaan itu pasti kita akan sampaikan gitu loh pada pihak pihak ketiga yang bekerja sama dengan kita begitu misalnya kaya yang paling umum tuh kaya media yaa, misalnya kaya media tuh kita sudah bikin nihh rilis nya gitu loh kemudian mereka mau tanya tentang isi rilis itu ya kita sangat sangat cepat responnya gitu loh atau gak kalo misalkan media tanya tentang briefing presscon atau tentang prosedur doorstock itu pasti kita akan bales cepet respon cepet, atau misalnya klien kita minta dirancang biar nanti pembahasannya itu engga seolah olah menggunakan angle tertentu begitu kan gak seolah olah memihak angle tertentu gitu loh, nah itu tuh bisa kita arange lagi bisa kita rework lagi secara cepat dan responsif ke mereka akan kita update begitu loh itu sih.

P: okee, tadi kan kak raisa bahas konferensi pers ya, nah apakah kak raisa ini terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers? Nah peran kak raisa dalam hal seperti ini itu seperti apa?

R: iyaa, kalo dibidang terlibat sih memang terlibat sih karena memang aku yang handle proyek ini dari hulu ke hilir nya jadi kalo misalnya program program presscon tuh biasanya ada dua kickoff sama final, kickoff itu untuk kita memperkenalkan dulu dan kalo misal program sudah berjalan tahunan sudah anuall begitu ya pas kita tuh buat kita ngeremind lagi saja sih bahwa kita mau hadir lagi program ini buat tahun ini gitu loh, dan presscon itu juga gak melulu tentang kita mau mengenalkan produk, mau mengenalkan brand, mau mengenalkan perusahaan, mau mengenalkan program itu engga presscon itu tuh balik lagi ke kebutuhan klien kita, misalnya dia mau memperbaiki reputasi, itu tuh butuh juga kan presscon, mau klarifikasi, jadi kaya apa namanya balik lagi ke kebutuhan klien itu tuh maunya apa gitu loh, apakah mau memperkenalkan, mensupport gerakan kaya isu boikot kemarin tuh kemarin kan salah satu klien aku juga kebetulan ada yang kena imbas dia dituduh ikut ikutan pro israel, pro zionist nah itu itu kita harus menjawab, mengklarifikasi supaya reputasi dia bisa kembali baik gitu loh citra dia ga terus terusan buruk, itu kita harus bikinn tuh presscon yang sesuai press release yang sesuai begitu loh untuk menjawab kebanyakan sih mungkin di peran aku ya lebih ke kaya kita penyusunan narasi sih jadi kaya supaya kita bisa menjawab tuduhan tuduhan menjawab pertanyaan pertanyaan dari publik itu tuh kita menyusun narasinya seperti apa sih kan kita mau menggaet minat publik buat supaya aware sama event kita buat supaya partisipasi sama event kita itu narasi yang harus dibangun seperti apa gitu loh oh narasi tentang benefit, eee aku daritadi bicara banget tentang teknis maaf ya aku tuh kurang bisa ngejelasin konseptual karena kalo konsep tuh udh akademik banget kan

aku itu bisa secara praktiknya gituu kann. Nah misalnya kaya bikin talking points nya jadi kaya kita itu harus bisa ngasih tahu ke klien ini loh yang harus lo omongin begitu kan nanti ada presentasi kan dari misalnya aku mau bantu in presscon buat perusahaan fnb gituu loh nah nanti aku itu harus bisa ngasih tahu ke mereka apa saja yang mau mereka omongin itu namanya talking points, terus ada juga namanya tren of reference kita harus buat juga kepada mereka buat supaya mereka tuh tahu apa point point apa yang perlu di highlight dan tidak perlu di omongin, nah itu talking points nya yang pertama. Yang kedua penataan, maksudnya kaya masalah ngundang media, media invitation begitu kan jadi kita itu harus tahu juga mengkategorisasikan media media apa saja sih yang mau kita undang gituu loh misalnya kaya cetak apakah cetak ada yang bisa diundang atau mau online saja atau mau tv juga kalo misalnya isu nya besar begitu ya, kaya misalnya aku di DPR itu pasti ngundang Tv, CNN, inews, dan lain2 tapi kalo misalnya kaya cuman peluncuran, cuman presscon pengenalan, presscon untuk tingkatin awareness saja itu tuh pasti kita engga ngundang media media yang televisi gituu balik lagi ke audiens nya juga kan jadi kaya kita mengkategorisasikan media media apa saja yang diundang terus kemudiannya menyerahkan yaa souvenir gituu ya namanya presskit, mediakit nah itu juga terus doorstop juga sih soalnya pasti ada sesi doorstop kan jadi yang paling kita mengawal si representatif dari klien ini misalnya kaya klien mau bicara itu eksekutifnya atau CEO nya nah itu tuh kita harus mengawal tuh wartawan itu, pertanyaan pertanyaan kalo misalnya kaya cukup sudah ya kita sudah gituu kan jadi lebih luas kaya teknisnya lebih ke pengawas secara teknis sih kalo pada saat hari H nya tuh kita sudah fokus ke pengawalan teknis, tapi kalo sebelum hari H tuh kaya mempersiapkan talking points terus kita kira kira bikin term of reference nya buat briefing terus kemudian kita mempersiapkan media kit dan perlu kamu tahu juga jadi dalam menjalin hubungan dengan media itu kalo di Korea kan di film Race dengan di Indonesia itu sangat berbeda, kalo dari korea itu mungkin karena budaya nya bebas ya walaupun kita sama sama budaya timur tapi kalo aku lihat itu kalo korea kaya lebih bebas saja kan kaya ada itu namanya agenda minum minum sama wartawan, minum minum sama reporter, begitu tuh ada kalo kita tuh gak minum minum tapi pendekatannya lebih ke ada acara perjamuan makan siang sama media tuh ada namanya media lunch itu tuh ada dan aku paling suka sama job itu karena kita hanya makan disitu, terus media coffe ngopi ngopi sama media tuh ada. jadi kita pertemukan media yang mau kita ajak kerja sama untuk peliput untuk menebarkan pressrelease dan sebagai itu kita sebelum presscon dan segala macam tuh kita pasti ajak mereka buat jamuan makan siang dulu kemudian ada media coffe juga kemudian abis itu jadi memang pendekatannya itu cara melobby nya itu seperti itu memang engga dengan uang ya maksudnya kaya kita engga memilih opsi memberikan uang karena secara etika PR nah ini bisa masuk ini ke konsep kamu nihh, kan kita dilarang ngasih penghargaan berbentuk uang, ngasih tanda terimakasihnya bukan bentuk uang, nah apresiasinya bukan bentuk uang cara cara pendekatan yang seperti itu kaya perjamuan makan siang dengan media, ngopi bareng media gituu, kalo barang dikasih lewat media kit pada saat presscon sebagai souvenir nya, yang peran aku yaa so far sih itu.

P: jadi bagaimana kak raisa membangun dan memelihara citra baik perusahaan atau klien d mata public melalui pekerjaan PR?

R: Iya yang pasti sih hmm apa ya kita juga harus liat dan menganalisis dulu situasinya ya kita harus pandai pandai melihat situasi gituu kan, tapi kalo untuk caranya itu biasanya ada beberapa tahapan sih gituu kan kalo yang pertama itu mungkin kita identifikasi dulu kira kira hal apa atau situasi apa yang bisa atau permasalahan permasalahan apa yang dengan perusahaan aku hadir itu bisa menjawab permasalahan itu kaya misal tadi aku bilang lagi kan pengangguran karena permasalahan utama di Indonesia adalah pengangguran jadi mungkin aku dan tim bisa menjawab permasalahan itu dengan program program media selain untuk menjalankan tanggung jawab sosial dia ya sebagai perusahaan ya dia juga bisa mendapatkan feedback berupa citra yang baik begitu loh berupa empati dari masyarakat, penerimaan dari masyarakat, jadi bisa kita lihat dulu sih permasalahan apa sih yang pemerintah itu gak bisa secara efektif menuntaskan nah disitu peran PR adalah mengisi kekosongan yang gak bisa di selesaikan sama pemerintah, atau pemerintah bisa cuman kurang bisa efektif atau kurang oke atau kurang strategis program nya jadi dibantu itu sama kita sebagai PR PR dari klien ya kita coba kasih konsul dan ide ke klien buat coba angkat berdasarkan dari data ini mungkin program yang bisa menjawab permasalahan sekaligus bisa memperbaiki atau meningkatkan reputasi ya mungkin coba lakukan dan jalankan program program nya kalo engga yaa intinya sih sebenarnya sekarang itu media tuh sudah apa ya sudah selektif ya dalam menayangkan berita dia kalo misalnya memang gada newsvalue nya gada adsensial dan konteks dan ga informatif gituu loh, gak memenuhi kebutuhan informasi publik begitu loh, itu dia juga males malesan nanyangin nya gituu loh jadi kita juga harus melihat lah biasanya format seperti apa sih konteks seperti apa sih yang media itu mau nanyangin gituu.

P: oke pertanyaan selanjutnya, dalam pengalaman kak raisa ini seberapa sering sih persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana kak raisa mengelola dan mengatasi persaingan tersebut?

R: persaingan antar apa ini btw?

P: di agency, klien, dan internal kak

R: ohh oke ya mungkin kita harus identifikasi, sebagai PR itu kita harus proaktif dalam menelaah menelisik gituu ya unik selling point USP dari perusahaan kita yang membedakan brand klien kita dengan brand kompetitor itu apa sih gituu kan, misalnya brand klien kita tuh punya brand skincare lah yaa brand klien kita itu sudah ga menggunakan animal testing gituu deh kalo gak salah, jadi steril dari binatang, ohh animal free pokoknya lah ya yang udahh bebas dari unsur kehevanan gituu ya karena kan kita semua kan tauu ya maksudnya kaya sekarang kan hewan itu kan langka karena dia digunakan buat elemen atau komponen atau unsur di suatu skincare gituu kann nah misalnya brand kita udahh bebas dari unsur kehevanan itu jadi pasti

kita mengangkat itu, kita pasti mengamplifikasi jadi kaya karena kita sudah tahu USP nya adalah brand kita sudah bebas dari unsur unsur kehebatan kekejaman pada hewan, yang pasti kita akan mengangkat itu kita pasti disetiap narasi pressrelease disetiap narasi materi materi promosi, di materi materi komunikasi nya pasti kita bakal masukin itu buat menjelaskan bahwa ini loh pembeda kita antara skincare kita dengan skincare kompetitor gitu sih paling untuk persaingan gitu sih pertama tama, menentukan USP, yang kedua kalo sama agency lain sih persaingan nya bagaimana ya karena sekarang tuh di Asosiasi public relations Indonesia itu tuh sudah ada spesialisasi nya masing – masing jadi misalnya ada agency PR itu fokusnya ke public affairs gitu kan, agency ini fokusnya ke media relations, corporate communication, training, kemudian karakter building dan sebagainya. Jadi kalo persaingan antar brand atau antar pelaku pelaku praktisi praktisi PR atau agency itu udahh engga ini sih engga apa namanya ga kompetitif sih karena malah kita saling kolaborasi gitu loh, karena kita tergabung dalam APRI kan jadi kita malah saling support saling membantu jadi sudah kaya gada rebutan rebutan klien itu itu sebenarnya sudah sangat jarang ditemukan sih karena sudah ada spesialisasinya masing – masing, kalo misalnya kantor aku itu tuh spesialisasinya tuh kalo boleh cerita dikit itu tuh sudah ada spesialisasi nya masing – masing jadi manajemen krisis juga kemudian di sosial media manajemen, event begitu sih, jadi udahh punya spesialisasi nya masing – masing jadinya gak ada persaingan gitu.

P: ohh begitu jadi malah saling bekerja sama ya kak antar praktisi dan saling memberi pengetahuan. Oke pertanyaan selanjutnya, bagaimana menurut kak raisa sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR?

R: menurut aku yang penting kita balik lagi harus kembali ke etika ya walaupun aku sebenarnya juga gak hafal banget secara baku nya gimanaa kode etik PR cuman setidaknya kita punya pegangan, maksudnya kita tahu lah kalo kita itu terikat dengan kode etik gitu loh walaupun sebenarnya dalam beberapa hal kadang kadang kode etik itu kita bisa tetap taat tetap patuh sama kode etik cuman kita juga harus tetap memperhatikan kebutuhan klien dan situasi yang ada gitu cuman kembali kita ke kode etik sih misalnya kaya kita harus jujur dalam menyampaikan informasi gitu itu itu sudah paling penting kita gak boleh memperparah konflik dengan untuk mengambil keuntungan sendiri begitu loh untuk supaya kita agency kita dipandang agency yang berhasil menangani krisis atau menangani pemberitaan strategis komunikasi yang baik kita itu tidak mengabaikan nilai nilai moral norma norma umum, kita juga harus memperhatikan banget yang namanya etika adab budaya tuh sangat jadi landasan kita sih dalam merumuskan setiap program program atau strategi strategi komunikasi dulu tuh apa ya aku itu diajarin kode etik PR. Yaa intinya sih kita ya harus profesional terus kaya gaboleh jadi karena dengan program kita antara satu pihak dengan pihak lainnya menjadi teradu domba atau jadi saling menimbulkan pertentangan itu tuh gaboleh, jadi kita harus perhatikan juga sih apa namanya kepentingan masyarakat luas itu seperti apa kemudian kepentingan publiknya tuh bagaimana sehingga program yang kita buat pun gak bertentangan sama nilai nilai tersebut sama kepentingan publik juga gitu sih

P: okee, pertanyaan selanjutnya bagaimana menurut kak raisa representasi tugas dan fungsi public relations dalam serial Race? Apakah kak raisa melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan kak raisa sebagai praktisi public relations?

R: ya kaya yang aku bilang tadi, ada perbedaan terletak di faktor budaya ya jadi budaya di Korea mungkin lebih bebas walaupun sama sama asia tapi mereka tuh aku rasa lebih fleksibel lebih bebas dalam menentukan cara cara ngelobby media, ngelobby klien, ngelobby atasan, ngelobby pihak pihak ketiga gitu loh jadi menurutku kalo di Indonesia itu kan kita terikat sama yang namanya norma budaya tatakrama begitu begitu kan nah itu sangat sangat penting lah apalagi di beberapa daerah kaya misalnya di jawa atau di daerah daerah sumatera begitu kan masih sangat memegang erat memegang teguh nilai budaya kan nah itu itu kita perhatiin juga jadi kaya gabisa tuh kaya kita ngelobby media dengan cara cara kaya yang minum minum kaya yang aku bilang tadi makan malem sih masih relate ya karena yang aku liat di race itu kan ada makan malem juga ya nah kalo itu masih relate, kaya kemarin ada buka puasa bersama sama media, kemudian juga ada buka puasa bareng tim begitu itu kaya misalnya ada syukuran apa gitu masih okee masih sejalan dan masih sinkron dan masih sama cuman untuk budaya kaya minum minum terus kemudian memisahkan hubungan profesional dengan hubungan pribadi tuh juga itu sih jadi penting ya jadi kaya kita tuh harus bisa memisahkan maksudnya kaya diluar kita sama klien kita ternyata temenan tapi saat pada bekerja walaupun dia teman kita tapi kita tetap harus bisa profesional harus bisa memenuhi kebutuhan yang dia butuhkan kita juga harus bisa menjaga kerahasiaan gitu sih paling

P: oke jadi tugas dan fungsi di Race sama dan tugas dan fungsi yang kak Raisa jalanin itu gak 100% sama lah ya

R: iya engga sama, karena ada perbedaan kaya budaya organisasi, budaya masing – masing negara kan berbeda ya

P: oke selanjutnya, karakter utama yaitu ParkYoonjo itu kan di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene yang dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut kak raisa cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut kak raisa apakah cara yang dilakukan oleh ParkYoonjo sudah tepat?

R: ohh jadi menurut aku ya transparansi kepada publik, jadi mungkin menurut aku ya manajemen reputasi Seyong setelah si ibu CCO nya dateng itu tuh jadi tertata banget, jadi terkontrol banget gitu ya jadi teratasi lah dari kehadiran nya dia gitu ya, pertama tuh dia bilang kan strategi publisitas nya emangg gak okee, terus kemudian bener kan ternyata emangg gak oke karena publik mengiranya jadi kaya kok ada si perekrutan tanpa

kualifikasi dan jadi mempertanyakan kan jadi menurutku manajemen reputasinya tuh bener banget kata bu CCO nya itu dimulai dari tim internal dulu jadi gak boleh nihh ada kaya kesenjangan antar tim atau saling kaya ada sentimen atau sinis antar tim, karena kau liat kan ParkYoonjo ini kan dapet perlakuan gabaik kan dari atasan nya dari rekan rekannya apa yang dia lakuin itu seolah olah salah gituu terus kaya dia itu dapet sentimen yang gabaik lah diperlakukan sinis segala macam nah dari situ ajaa itu mereka tuh sudah gak kompak jadi sudah jauh dari keharmonisan, kekompakkan begitu sudah gak solid lagi nah menurut aku manajemen reputasi yang terbaik ya dengan cara kalo misalnya kita sebagai corporate PR ya kita tuh harus menyatu dulu, harus kompak dulu, harus apa namanya saling memahami satu sama lain, saling support satu sama lain, jadi iklim yang terbangun pun juga dirasakan sama publik begitu loh jadi kaya ohh iya perusahaan ini tuh kaya perusahaan yang solid banget itu unilever gituu loh misalnya ya contoh ajaa, oh iya aku liat dari program program nya tuh bikin karyawan nya itu tambah kompak terus misalnya aku juga liat dair instastory para, makanya aku liat tadi yang ibunya bilang bahwa perlakuan perusahaan itu bisa sampe ke publik karena pegawai nya yang ngeupload itu yang ekspos itu gituu kan jadi berita tentang perusahaan itu bisa sampai justru karena pegawainya buka suara walaupun buka suara nya dalam konteks yang gak jelas jelas ngelaporin perusahaan dia tuh berbuat buruk atau kesalahan, misalnya kaya sekedar buat instastory kegiatan di kantor gituu loh, share story tentang program program di kantor aktivitas di kantor tu jadi publik bisa melihat dan mengetahui ohh ini perusahaan nya kompak harmonis jadi profesional terus supportif juga jadi kita publik luar menaruh kepercayaan lebih begitu loh makanya kalo kamu tahu kan ada instagram kaya live at astra, life at gojek, life at smartfren, dan gituu begitu lah itukan gunanya buat nunjukin bahwa tim kita itu sebagai apa ya namanya sebagai suatu perusahaan tuh kita solid loh dengan rekan tim tim kita, kita bisa loh apa namanya menghandle masalah ini dengan sama sama gituu kan nah itu memecahkan masalah bersama sama jadi itu sangat berpengaruh sama bagaimana kepercayaan publik itu terbangun begitu jadi kaya kita liat perusahaan nya itu kaya rodi, sistemnya senioritas banget begitu kan terus kaya gak ada sisi kemanusiaannya gituu kaya kurang memperlakukan pegawainya tuh dengan baik gituu tuh kan pasti kita sebagai publik kaya ah males ah buat percaya, kaya mengurangi kepercayaan kita gituu loh jadi kan sebenarnya reputasi itu kan unsurnya yang penting kan publik itu bisa punya kepercayaan yang positif kan sama kita, kepercayaan yang baik dan bisa menaruh kepercayaan dan bisa mempercayakan perusahaan itu sebagai perusahaan yang kredibel, sebagai perusahaan yang memang layak untuk hadir di Indonesia, ditengah tengah mereka, jadi menurut aku manajemen reputasi itu penting banget ya dimulai dari rekan setim perusahaan dimulai dari para karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut apakah sudah cukup nyaman, apakah sudah cukup diperlakukan dengan baik gituu sih, makanya sekarang perusahaan kalo kamu tahu ya sekarang tuh supaya mereka juga namanya harum ditengah masyarakat supaya masyarakat juga percaya membangun kepercayaan masyarakat mereka tuh kaya punya daycare. Oke jadi tadi kan lagi bahas manajemen reputasi ya untuk manajemen reputasi itu iya bener banget sih yang dibilang sama si ibu CCO nya jadi kalo manajemen reputasi yang bagus itu yang berawal dari bagaimana perusahaan itu bisa menyejahterakan karyawan nya lebih dulu bisa memperlakukan karyawan nya dengan baik gituu kan bisa mendengar keluh kesah dari para karyawan karyawan nya bisa memenuhi kebutuhan kebutuhan karyawannya dan bisa memfasilitasi karyawan nya dengan mengakomodir karyawannya dengan fasilitas fasilitas yang memang mereka butuhkan gituu loh, kaya misalnya ditengah tengah hiruk pikuk kebijakan cuti gituu ya perusahaan sudah menerapkan cuti suami untuk menemani istri itu tuh bakalan naikin banget citra perusahaan gituu loh terus kemudian ada perusahaan perusahaan yang udah punya daycare buat misalnya ada karyawan perempuan yang sedang mneyusui dan kemudian dia belum punya asisten rumah tangga sehingga bayinya dibawa ke kantor dan mereka punya ruangan khusus dia menyusui, buat dia merawat bayinya disitu gituu loh, jadi kaya itu sih yang menurut aku sebenarnya semua dimulai harus dari perusahaan nya dulu makanya bu CCO nya itu bilang kalo kita jangan terlalu fokus sama hal hal yang diluar kan, maksudnya jangan fokus ngintervensi media bikin artikel kaya ginii terus kita ngoreksi media kita menekan media buat musuh musuhin media kaya yang di Race itu dimusuhin Seyong namanya apa ya karena gadapet undangan, namanya harian daeguk deh kayanya. Jadi perusahaan itu jangan musuhin media, sudah kita benahin saja masalah yang ada di tengah tengah kita, masalah yang terjadi di tengah tengah perusahaan kita, masalah yang dialami sama karyawan juga. Itu sih karena menurut aku ya, aku tuh gak ada sama sekali beda pendapat ya sama bu CCO nya itu karena kaya udah oke banget gituu sama bu Go Yijung karena dari ESG dia sudah masuk, manajemen reputasi sudah iya juga masuk gituu. Jadi ya gituu sih

P: okee pertanyaan selanjutnya, kan pada serial race ini juga menyoroti ini pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi public relations. Seperti adegan disaat ParkYoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut kak raisa hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam Race?

R: menurut aku hubungan antara si ParkYoonjo dan Pak Seo ini ada hubungannya karena sebenarnya aku juga masih rancu ya sebenarnya si Seyong ini sebagai apa sih di earthcomm, seyong sebagai apanya diantara klien dengan Celltics nah si seyong nya ini sebagai apa aku juga bingung. Atau seperti paragon gituu jadi banyak brand gituu. Aku masih bingung relasi antara mereka kan, sebenarnya hubungannya cuman antara seyong doang dengan earthcomm atau antar celltics doang sama earthcomm begitu loh maksudku yang realita di Indonesia ya. Ya sebenarnya wajar sih kalo klien dekat sama PR karena kan memang kita pasti akan bekerja sama untuk bisa sukses kan sebuah projek gituu jadi ya pasti ada kedekatan dan intens mengenai pekerjaan.

P: oke, pertanyaan selanjutnya. Dalam serial drama korea Race ini terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh Parkyoonjo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana sih menurut kak raisa sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata ini dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR?

R: kamu bisa kasih contohnya gak kaya antara siapa dengan siapa?

P: baik kak, jadi kan ada tuh jaemin dan atasannya yang laki laki pak Song nah dia kan ngomong kaya sudah bikin pressconferens yang menjelekan si parkyoonjo saja supaya nama Seyong ini gak rusak di mata publik, nah menurut kak Raisa itu cara yang benar gak sih kak dan tentunya itu melanggar kode etik PR kan kak?

R: hmm oke menurut aku itu bukan cara yang bener sih, itu sisi gelap nya sih itu sebenarnya. Sisi gelapnya itu adalah ya kaya begitu jadi kaya mengkambing hitamkan orang yang dianggap lemah untuk menutupi atau meredakan krisis yang menerpa mereka begitu, menurut aku gak bener sama sekali dan ibu CCO nya juga kan sudah ngomong kan itu tuh bukan cara yang bener gitu maksudnya dia kaya langsung takeover abis itu langsung mengambil alih begitu ya cara cara yang lebih humanis dan lebih baik gitu kan, dan lebih strategi untuk menjawab krisis itu untuk meredakan krisis itu gitu kan karena terbukti gak sih abis itu gak lama pada minta maaf kan ya di instagram nya si Park itu kan nah itu kan jadinya terbukti caranya dia adalah cara yang tepat gitu loh untuk menangani krisis itu gitu kann. Meskipun aku gak terlalu hafal kode etik PR tapi kita tetap harus sesuai aturan dan tanya dulu ke atasan kita begitu sih

P: oke pertanyaan selanjutnya. Pada serial drama race ini kan karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana kak raisa menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR?

R: hmm tekanan yang pasti sih tentuin skala prioritas nya dulu ya kaya mana sih yang lebih urgent gitu misalnya kaya secara waktu yang paling mendekati deadline dan paling dekat untuk dilaksanakan itu adalah misalnya untuk klien A ohh yaudah mungkin kita mungkin put more attention nya lebih ke klien A. Kita selesaikan dulu kita bagi bagi tugas yang penting kita bisa jelas sih pembagian tugasnya jadi kaya misalnya aku ngerjain untuk narasi dan pembuatan pressrelease, terus kemudian bos aku mungkin bikin talking points dan term of reference nya atau mungkin kebalikannya aku yang ngundang media kemudian dia yang membuat pressrelease atau membuat talking points gitu kann jadi disini tuh masalah tentang pembagian tugasnya ajaa yang harus kita merata gitu loh jangan sampe satu terbebani dengan banyak tugas sementara yang satu itu luang banget lowong banget. Kalo menghadapi tekanan itu, aku sih mostly sekarang happy happy saja yaa, gak merasa tertekan dengan tenggat waktu yang ketat apa segala macam karena mungkin suka dengan pekerjaan nya kali ya jadi aku merasa aku gak terbebani gitu loh kalo misalnya dikasih tantangan ini tantangan itu itu aku bisa enjoy, bisa menikmati bisa belajar lebih banyak lagi karena mungkin aku juga suka mengerjakannya begitu loh jadi aku merasa tertantang dan merasa bisa begitu loh maksudnya kaya merasa ohh iya gua harus bisa ini maksudnya kaya jadi apa namanya kita ga terlalu merasa kerepotan gaterlalu merasa tertekan gitu loh dengan deadline dengan tenggat waktu, pernah sih kayak merasa kaya agak over dikit ya karena aku itu kurang familiar kan kalo misalnya apa namanya teknis masalah teknis tuh aku masih kurang familiar kaya monitoring itu aku kurang familiar dengan tools tools yang dipakai, nah dari situ tuh aku jadi belajar terus jadi kaya aku sharing sama atasan aku cara pakainya bagaimana terus kemudian mereka ajarin aku cara pakai itu dan sudah deh aku jadi bisa sekarang udahh bisa ngerjain itu sendiri gitu loh, udahh bisa tanpa bantuan dia lagi. Jadi menurut aku tekanan beban itu masalah mindset ajaa sih ketika kamu memang suka pekerjaan kamu, kamu antusias, kamu sangat sangat gembira dengan pekerjaan kamu tuh pasti kamu gak ngerasa itu seperti tekanan begitu loh malah sebagai tantangan dan kamu puas ketika kamu bisa menyelesaikan itu dengan baik bisa menyelesaikan itu dengan baik pasti ada kepuasan dan misalkan klien gabanyak revisi itu pasti biasanya sih revisi revisi kaya gitu yang bikin kita agak agak gondok jadi ya kita jalanin ajaa gitu yaa, revisi revisi kaya begitu kaya kak kurang ini, kak kurang highlight tentang acaranya, tentang ini tentang itu, kita juga sebenarnya agak gondok juga cuman ya alhamdulillah nya kan sekarang sudah ada teknologi yang sudah membantu kan, kaya misalnya kita sudah mentok banget sudah buntu banget kita bisa pakai AI begitu kan buat bantuin kerjaan kita gitu

P: okee pertanyaan selanjutnya, bagaimana kak raisa membandingkan gambaran praktisi PR dalam serial drama korea race dalam pengalaman kak raisa sendiri dalam industri PR ini? apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut kak raisa dilebih – lebihkan dalam representasi tersebut?

R: iyaa menurut aku dilebih lebihkan tuh iya sih yang di Race ya, yang di Race itu banyak sih kaya aku kesel banget sama atasan nya itu kaya boosy banget gitu loh kaya dia tuh kalo pengennya menempuh jalan pintas gitu ya biar cepet kelar krisis nya biar cepet reda krisis nya gitu dia tuh maunya kaya mainnya itu jalur pintas gitu loh gamau pakai dan gamau mencoba mengerti publik, gamau coba mengerti kondisi dari para karyawannya gitu maunya tuh cepeeett ajaa gitu kan terus kemudian dia juga menurut aku ini sebagai atasan tuh juga gak harusnya tuh sebagai atasan dan sebagai background dia seorang PR itu bukan cuman bisa mengumpat media doang, ya dia harus coba mengkondisikan kalo misalnya dia tahu media itu memberitakan negatif tentang seyong ya dia coba memulihkan itu meredakan itu dengan tindakan tindakan atau tanggung jawab yang bisa menarik simpati masyarakat lagi, sebenarnya sudah bener itu jaemin perekrutan tanpa kualifikasi gitu kan sebenarnya itu kalo mereka bener ya publisitasnya aku itu gak tahu deh mereka salah nya dimana publisitasnya, pokoknya kalo mereka bener itu publisitasnya itu sebenarnya harusnya bisa menarik simpatik masyarakat sih terus bisa jadi contoh juga bagi perusahaan perusahaan lainn begitu loh buat menerapkan perekrutan dengan sistem seperti itu gitu loh. Menurut aku itu sih, jadi aku sebel sama atasannya karena itu dilebih lebihkan banget

P: kalo menurut kak raisa dengan membandingkan gambaran praktisi PR di korea race dengan pengalaman kak raisa sendiri itu gimanaa?

R: partisipasi aku sebagai PR dengan drama korea di race menurut aku hmm kalo secara ruang lingkup pekerjaan aku dan parkyoonjo itu maksudnya dengan aku sebagai konsultan di Indonesia dengan mereka sebagai konsultan di korea itu sudah sejalan sih kaya memang sebenarnya di perusahaan konsultan itu tuh juga karyawannya gak terlalu banyak ya dan itu sudah punya spesialisasi nya masing masing. Jadi tim PR itu sudah dibagi masing masing perdivisi dan beda kegunaannya. Kaya di seyong kan ada tim humas 1, tim humas 2 tim humas 3 yakan PR digital ada yang PR konvensional ada yang lebih ke kegiatan perusahaan, kalo gak salah itu tim humas 1 kaya mau bikin acara nah CEO nya menyoroti kehidupan CEO, yang membuat kegiatan, nah kalo tim 3 itu kan yang unitnya si ParkYoonjo itu kan dia bagian humas digital kan ya kaya medsos gitu yang kaya menggunakan medsos sebagai saluran untuk komunikasi mereka itu ya sama di kita juga ada bagian bagiannya gitu loh kalo misalnya aku tuh di kantor aku itu ada yang namanya digital PR itu ada, terus ada juga PR yang lebih konvensional cuman tetap saja kita menerapkan AI tetap berkerja sama bergelut dengan teknologi tetap menggunakan teknologi terus kemudian alat alat komunikasi yang sekarang lagi dipake gitu jadi tools tools yang sekarang mendeteksi monitoring pemberitaan kita tu pakai banget gitu kan jadi karena sudah ada pembagian itu itu memang ada di realitas industri PR Indonesia cuman yang jadi pembeda itu seperti ke budaya yaa kalo selebihnya itu yang lain kaya untuk kerjaan itu sama sih kaya kita pitching ide terus kita bikin strategi campaign terus kemudian, pitching idenya pun gak seformal itu loh kalo di seyong kan formal banget kan pitching nya sampe presentasi pakai layar proyektor kita juga make sih tapi kita kan lebih fleksibel ya kaya bisa pakai zoom ya jadi kaya secara budaya organisasi tuh ada perbedaan tapi kalo secara lingkup pekerjaan itu sama sih kaya ada presscon, pressrelease, tapi aku sih gak melihat kaya aku sih fokusnya mereka lebih ke menjalankan fungsi sales ya kaya yang roti protein itu loh buat peningkatan penjualan, sebenarnya kalo PR itu kan mostly KPI seorang PR itu kan kaya supaya message yang mau dibangun sama perusahaan itu bisa tersampaikan dengan baik ke publik nah kita gak bertanggung jawab atas kenaikan penjualan, kenaikan sales dan segala macam karena sebenarnya itu bukan KPI kita yang objektifnya itu ya supaya membangkitkan awareness publik gitu loh terus kemudian ya mendeliver pesan supaya bisa sampai secara akurat secara komunikatif kepada publik begitu kan nah kalo disini aku liat mereka itu tugasnya agak terbebani dengan fungsi fungsi penjualan gitu ya kalo yang aku liat, ya mungkin itu kalo di Indonesia ya sebagai PR di Indonesia itu mungkin added value misal kaya impact nya saja jadi kaya impact tambahan dari hadirnya strategi strategi komunikasi yang kita lakukan kaya misalnya strategi promosi yang seperti ini ohh jadi orang orang jadi membeli tapi itu gajadi tujuan utamanya itu bukan jadi objektif utama kita sebagai PR buat ningkatin penjualan mereka gitu sih

P: oke pertanyaan selanjutnya ya kak, kan serial drama korea race ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. Dari pengalaman kak raisa, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana kak raisa mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?

R: hmm oke kalo persaingan sih sejauh ini aku gak ada ya kalo sesama praktisi PR, kaya yang digambarkan di Race kan mereka bersaing untuk bisa naik jabatan ya, nah kalo yang aku alamin sih gagitu, karena justru kita saling support saling bantu, saling sharing jadi kita bisa belajar satu sama lain dari pengalaman masing masing gitu. Dan sama kaya yang sudah aku jelasin sebelumnya kita ada strategi untuk perusahaan dan klien kita gitu

P: oke pertanyaan terakhir ya kak, kan di scene dalam serial drama race ini kan menyoroti konsep perlombaan yang bukan hanya kompetitif saja diantara karakter utama dan karakter lainnya, nah melibatkan juga perjuangan dan pencapaian individu nya nah seberapa sering sih kak perlombaan atau persaingan diantara PR 1 dengan PR lainnya gitu lalu bagaimana sih cara kak raisa mengelola atau mengatasi persaingan atau perlombaan tersebut?

R: ini didalam lingkup tim PR atau dalam lingkup tim eksternal?

P: di tim internal PR kak

R: ohh oke, jujur sebenarnya aku sih gak ada persaingan ya. Sama kaya yang sudah aku jawab tadi karena sudah gak ada waktu juga buat nunjukkin kalo kita lebih hebat siapa karena sudah kepeke energinya buat ya kita harus menjejalkan buat menyelesaikan pekerjaan kita harus bisa memastikan pekerjaan kita itu sesuai dengan ekspektasi klien sesuai dengan kemauan klien, terus sesuai dengan etika yang bener gitu jadi kaya kita sudah gak ada waktu buat saling unjuk mana yang paling hebat unjuk keunggulan begitu mana yang paling hebat mana yang paling tidak hebat begitu begitu jadi kaya sama sama fokus saja sih jadi kaya mengerjakan tugas tugas yang sudah diberikan jadi kaya misalnya aku kan posisinya sebagai junior konsultan PR kan jadi aku juga sebenarnya terbatas gitu loh ruang gerak aku buat yang kayak apa komunikasi sama klien itu lebih sering senior aku kalo aku itu paling cuman diarahin untuk kaya mengerjakan apa yang dimintai sama klien begitu loh kalo masalah kaya komunikasi sama klien, negosiasi itu sudah pasti senior aku yang berperan jadi kalo aku itu lebih fokus ke teknis nya aja tapi aku juga dilibatkan misalnya lagi dalam seleksi isu misalnya kita lagi ingin seleksi isu buat coverage nya supaya lebih oke gitu ya itu aku dilibatkan tuh buat bantu mikirin kira kira editorial plan nya itu enak nya seperti apa sih buat misalnya naikin brand story mau naikin release, mau tampil di podcast gitu gitu jadi kaya aku dilibatkan kalo untuk pembuatan materi yang sifatnya teknis gitu yaa kaya misalnya negosiasi, ngelobby lobby itu pasti senior aku gitu walaupun kadang kadang aku dikasih kesempatan gitu maksudnya kaya sambil belajar gitu jadi aku disini itu kaya learning by doing aja sih gitu.

P: jadii kerja sambil belajar ya kak hehehe, oke jadi aku mau tambahan ya kak kan kalo diperkuliahan kita belajar mengenai tugas dan fungsi PR itu kaya menulis dan mengedit, hubungan media dan penempatan media,

terus riset, terus ada acara spesial/event, publisitas, advertising, lobbying, press agency nah menurut ka raisa itu di serial Race itu menggambarkan fungsi tugas itu atau engga?

R: iya sih menurut aku dia ya kan mengejar press release juga, ada juga aktifitas publisitas, terus mereka juga ada bikin promosi event di sosmed gitu advertising, riset juga. Nah aku itu suka nya kalo yang pas di PR joa itu lebih relate sama aku pekerjaan nya daripada di Seyong, kalo di PR Joa itu kaya riset langsung turun lapangan gitu kan, dengan menanyakan ke pembeli roti tersebut. Itu itu aku lebih relate karena itu yang terjadi juga kan di kita agency agency di Indonesia. Kalo pas sudah pindah jadi PR Corporate itu jadi kaya masalah reputasi kan fokusnya begitu loh, jadi letak fokusnya ke masalah reputasi dan sebagainya.

P: oke jadi tugas dan fungsi public relations di Race sama di kehidupan kak raisa relate lah ya?

R: iya walaupun ga sepenuhnya relate ya karena mereka itu kaya atasannya itu loh kaya maunya itu kaminghitamin anak buahnya, terus cara lobbying dengan media juga berbeda begitu, pendekatan sama media juga berbeda gitu.

P: hmm okee, sudah sih begitu saja kakk, boleh oncam untuk aku screenshoot kak

R: ohh iya bentar, aku cari tempat agak terang dulu yaa

P: Oke kak

R: oke sudah

P: okee aku itung ya kak 1 2 3. Oke sudah kak, terimakasih banyak ya kak sudah meluangkan waktunya. Jika nanti ada yang ingin aku tanyakan, bisa aku tanyakan via whatsapp atau call ya kak

R: iya amel sama sama, bolehh kok let me now ya kalo masih ada yang mau ditanyain

P: oke kak, aku akhirin ya kak zoomnya, terimakasih ka raisa selamat sore

R: sore amel

Lampiran 5. Transkrip Informan 3

TRANSKIP INFORMAN 3

P : Putri

E : Elin

P: halo, selamat malam kak elin. Mohon maaf ya kak aku mengganggu waktu istirahatnya. Sebelumnya aku mau ucapin terimakasih sudah bersedia untuk meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai informan/narasumber aku pada penelitian yang aku jalanin di semester akhir ini sebelumnya perkenalkan nama aku putri amelia efendi semester akhir di universitas pembangunan jaya jurusan ilmu komunikasi dan konsentrasi ke public relations. Oh iya kak sebelum mulai kakak boleh perkenalkan diri dulu mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili pekerjaan, dan lama bekerja di bidang PR.

E: tempat tinggal itu aku bisa jawab Jakarta doang kan?

P: iya boleh kak

E: okee, halo putrii kenalin aku Helinsa Rasputri ,ada putri nya juga hehe tapi biasa dikenal sebagai elin kaban. Usia ku 29 tahun pendidikan aku D3 Undip Manajemen perusahaan, S1 nya di UI Manajemen, kemudian pekerjaan nya saat ini aku sebagai copywriter sekaligus content lead di Fomomedia tetap jalanin PR juga tapi in freelance basis, kalo untuk PR sendiri aku pernah jadi PR selama 3 – 4 tahun lah ya di PT. Zipmex Indonesia, 2 tahun setengah itu sebagai PR in-house kemudian saat ini kurang lebih berjalan sebagai PR freelance basis yang menangani BUMN tapi aku gak bisa sebut namanya ya, untuk domisili kantor dan tempat tinggal sama sama di Jakarta.

P: ohh oke kak, aku langsung ke pertanyaan saja ya kak karena mungkin ini kemaleman juga untuk kak elin istirahat.

E: oke siap

P: pertanyaan pertama, apakah kak elin sudah selesai menonton serial drama korea Race dari episode 1 sampai episode 12?

E: hmm sudah selesai nonton race dari episode awal hingga episode akhir sih

P: Oke kak, lalu kapan terakhir kak elin menonton serial drama korea race?

E: hmm kapan yaa, kayanya sih sudah hampir 1 atau 2 bulan yang lalu, itu juga aku karena di rekomendasiin sama teman aku, katanya coba deh nonton Race penggambaran PR nya lebih keliatan, gak terlalu dicampurin sama percintaan, atau permasalahan internal. Tapi menurut aku itu terlalu dilebih lebihkan sih konfliknya

P: Kalau boleh tahu kak Elin menonton serial Race ini di waktu kapan ya kak? Dan apakah saat sedang melakukan aktifitas lain? (pertanyaan tambahan via telpon whatsapp)

E: aku nonton serial Race ini biasanya di weekend sih karena luang nya di weekend aja kan, ya kadang sambil nemenin aku makan jadi sembari nonton serial Race ini atau kadang juga aku nonton ketika jam istirahat kantor gitu.

P: okee kak, bisakah secara singkat kak elin menceritakan alur cerita serial drama korea Race?

E: hm aku sudah lupa lupa dikit sih, jadi aku jelasin seinget aku saja yaa. Jadi ada peran utama cewe dan cowo duh aku lupa siapa namanya. Pokoknya si cewe ini tuh kerja sebagai PR di agency kecil gitu tapi si cowo ini kerja di agency perusahaan besar, nah si cewe sama si cowo ini teman kecil atau teman waktu sekolah gitu. Menurut aku sih yang di agency PR itu sih relate banget buat perusahaan kecil begitu, karena PR nya riset dengan turun ke lapangan kalo gak salah dia ke roti protein yang ada di Korea ya nah dia ngajak kerja sama supaya orang orang pada tahu roti itu, di sebar di media sosial dan viral, sehingga terjadi peningkatan jualan kan yaa. Nah aku lupa si perusahaan besar itu namanya apa ya?

P: perusahaan besarnya Seyong kak

E: nah iya Seyong, aku lupa ya si Seyong ini ada krisis apa atau terkena masalah apa, kalo gak salah ya seingetku mengenai korupsi atau konflik internal deh kayanya, jadi tim PR di Seyong dan si cowo itu ngasih ide ke atasan nya buat bikin program perekrutan tanpa kualifikasi supaya nutupin krisis dari Seyong gitu kan, akhirnya buka itu lowongan pekerjaan tanpa kualifikasi, dan si cewe itu ngelamar dan diterima. Cuman seinget aku itu malah tambah masalah, dan banyak konflik – konfliknya. Cuman yang aku tonton sih memang gambarin tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan sih

P: iya bener kak, konfliknya memang banyak dan beraneka macam untuk menjatuhkan nama baik Seyong

E: yaaa kannn konfliknya banyak, satu selesai tapi ada lagi gitu

P: iya kak, oke pertanyaan selanjutnya bagaimana pendapat kak elin mengenai alur cerita dalam serial Race?

E: hmmm alur cerita nya okee sih, seruu, tapi ya gituu konflik nya sebenarnya gak yang serius atau fatal banget. Kaya ya reputasi perusahaan, permasalahan internal, tapi itu dilebih lebihkan saja sih, dan menurutku karyawan di Seyong tuh pada bersaing buat naikin jabatan kan ya. Terus alurnya ya ngegambarin bagaimana sih tugas dan fungsi PR di perusahaan, tapi ada yang gak aku paham kaya Seyong ini perusahaan apa karena dia banyak bekerja sama dengan stakeholders lain, terus ada konflik ke Celltics, roti, dan lain lain. nah di race ini juga nampilin sisi gelap nya perusahaan dan PR.

P: oke kak, lalu pertanyaan selanjutnya. Dapatkah kak elin menceritakan pesan yang menurut kak elin ingin disampaikan dalam serial drama korea Race?

E: apa ya pesan yang ingin disampaikan nya, hmmm mungkin karena race ini itu menggambarkan berbagai tema jadi relevan dengan dinamika yang modern di kehidupan profesional dan pribadi ya hmmm pesan yang ingin disampaikan nya ini kaya adanya persaingan di tempat kerja jadi ngasih tahu ke kita bahwa di serial ini adanya persaingan di lingkungan kerja, karena seinget aku itu karyawannya memang bersaing untuk promosi, pengakuan dan juga berebutan untuk ngehandle proyek proyek penting ohiya sama ini perebutan jabatan. Terus kaya kita itu sebagai PR harus kerja keras dan penuh ketekunan dimana kan di race itu ngegambarin kalo si pemeran utama cewe itu sering banget kan dikasih tantangan besar yang memang menguji banget dedikasi dan ketahanan kita sebagai PR, kaya dia dikucilkan, diasingkan, ya pokoknya disalahin deh di Race itu. Terus juga ada kesenjangan sosial dan ekonomi kan dimana si pemeran utama nya ini kan dari universitas kecil gitu jadi kaya diremehin banget, lalu juga ada pesan mengenai persahabatan dimana digambarin ke pemeran utama cewe sama cowo yang saling membantu, terus ngebahas tentang etika dan integritas kita dimana harus tetap mempertahankan etika sebagai PR. Yaaa yang aku tangkep sih emangg mau ngegambarin dan sampein pesan bahwa PR itu penting loh, PR itu tugas dan fungsinya kaya gini loh.gituu sih

P: oke kak, lalu pertanyaan selanjutnya. Apa konflik yang disampaikan dalam serial drama Korea Race?

E: waduh seinget aku sih konfliknya banyak ya, selesai satu konflik ada lagi konflik lain. tapi ya konfliknya menurut aku memang terjadi sih ketika menjadi PR, kaya mengenai manajemen reputasi, permasalahan internal, permasalahan publisitas, promosi atau event. Ya masalahnya sih sebenarnya memang terjadi di kehidupan nyata ya tapi yang di serial itu menurut aku terlalu berlebihan sih, bahkan dia juga ada konflik kan dengan media, sama eksternal saja ada konflik apalagi di internal nya begitu loh. Seinget aku ya konflik nya memang ke reputasi si Seyong saja sih, media juga kaya seneng banget ngeliput Seyong yang buruk buruknya gitu. Konflik internal itu ya memang harus diselesaikan diinternal. Pokoknya konfliknya kompleks kaya gambarin konflik adanya persaingan di internal diantara karakter utama dengan rekan kerja nya si cewe muda itu, terus ada juga gambaran tekanan dari atasan, terus yang tadi aku bilang adanya konflik dimana si cewe itu memiliki latar belakang berbeda jadi dianggap remeh, terus diskriminasi dan ketidakadilan ke si pemeran utama, ngegambarin korupsi dan manipulasi yang dilakukan oleh eksekutif atau petinggi petinggi perusahaan Seyong gitu sih jadi kaya setiap konflik itu dikasih tahu cara penyelesaian nya gitu sebagai seorang PR

P: iya bener kak konfliknya memang banyaakk banget hehe, oke pertanyaan selanjutnya. Apakah kak elin mengetahui bahwa serial drama korea Race ini salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations?

E: hmmm kalo itu menurutku sih iya, cuman serial race ini gak terlalu nampilin banget terus terusan mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantang yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR begitu loh, eee jadi ada gambaran tugas dan fungsi tapi dibumbui dengan cerita cerita lainnya untuk menarik perhatian penonton

P: oke kak, pertanyaan selanjutnya. Bagaimana pendapat kak elin mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial Race?

E: hmm untuk penggambaran konflik realitas PR dalam serial race ini si bisa ngasih beberapa pandangan dan realistis tentang tantangan yang dihadapi di PR ini kaya yang sudah aku jelasin tadi ya Race ini itu ngegambarin konflik apa saja sih yang dihadapi oleh praktisi PR kaya manajemen krisis, hubungan media, etika, nah makanya drama ini tuh menurut aku bisa memberikan pandangan yang autentik dan kredibel tentang dunia PR begitu. Terus yang aku inget sih ya tekanan dari atasan yang dialami oleh seorang praktisi PR. Ya menurutku sih konflik yang digambarin memang konflik yang akan dihadapi oleh PR

I.P: oke baik kak, pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR?

E: oke jadi gini aku kasih gambaran ya mungkin kamu juga belum terlalu familiar dengan dunia PR, jadi dinamika itu macem macem, segala sesuatu yang terjadi di PR itu karena dia sifatnya berhubungan dengan manusia itu semuanya sangat fleksibel dan tidak bisa kaku yang kaya ini harus begini ini harus begini jadi dinamika itu semua masing – masing dinamika itu semua punya sisi nya masing masing gitu jadi dinamika yang seperti apa dulu, misalnya kalo dinamika dalam pekerjaan itu misalnya kalo kita bekerja di PR yang under marketing kalo kita bekerja dibidang PR under marketing dinamika nya mungkin ya beberapa diantaranya pernah aku alamin itu adalah dinamika market karena saat itu PR nya under marketing berarti kita lebih fokus ke marketing communication, jadi dinamika apa yang terjadi dinamika nya adalah dinamika pasar, apa yang pasar kita mau dengan apa yang produk sampaikan dan apa produk yang kita jual apakah dia match satu sama lain gitu, nah ketika produk mungkin awalnya match dengan kebutuhan segmen pasar kita tapi seiring waktu ternyata tidak sesuai lagi nah itu kan menjadi suatu dinamika ya karena tidak sesuai gitu ya yang mungkin bisa diterima kemudian akhirnya jadi tidak bisa diterima, nah bagaimana kita menjalani tugas kita as a PR pertama kita itu adalah titik tumpu komunikasi jadi menjadi penting gitu, apa key message yang bisa memenuhi kebutuhan customer kita, apa yang kira kira menjadi permasalahan mereka nah itu kita coba meminimalisir contoh yakan misalnya di dunia crypto ya di dunia crypto itu ada produk jadi di produk kita itu ada namanya staking nanti kamu bisa cari staking, staking ini dulunya apa namanya sistemnya tidak boleh menggunakan istilah tersebut nah ini juga bisa jadi dinamika,staking ini dulu tidak ada regulasi nya di Indonesia nah sistemnya seperti menabung jadi kalo kita punya aset kita staking nah itu nanti kita akan mendapatkan

keuntungan berupa bunga misalnya di awal ketika produk ini meluncur atau dirilis staking nya itu bunga nya 12% tapi seiring waktu karena ada perubahan dari dalam company staking nya turun ini jadi 7% misalnya yakan, nah otomatis orang-orang yang tadinya tidak senang yang awalnya senang dengan 12% kemudian menjadi 7% tentunya gak senang dong ini menjadi dinamika kan, nah bagaimana cara kita sebagai PR menyampaikan nya ya kita kasih tahu bahwa penurunan bunga itu disebabkan oleh faktor-faktor apa saja ini begitu misalnya, ohh ternyata staking itu turun karena sekarang kita menerapkan keamanan lebih atau misalnya perangkat ini market memang kurang bergairah misal kaya begitu, jadi staking nya turun. Nah bagaimana kita mendeliver itu biasanya kita akan memanfaatkan channel komunikasi yang ada kalo memang konsepnya adalah produk dan kondisi market kita juga unik nah kita cukup ke channel media sosial aja. Jadi biasanya garda terdepannya kita itu adalah komunitas jadi kita biasanya akan ngebrief dua tim yaitu komunitas dan juga customer support untuk memahami alasan di balik penurunan ini, komunikasi yang mau disampaikan seperti apa, key message nya apa, kemudian kita siapkan effectkew nya preferely ask question nya jadi kira kira apa saja ini yang akan ditanyakan sama orang-orang kita kan pasti punya gambaran dong yakan kita sudah pasti punya gambaran misalnya pertanyaan apa yang mungkin muncul, oke pertanyaan nya mungkin kaya kenapa tuh rooms staking nya, apa keuntungannya dari produk yang sekarang, bagaimana aset kami sebelumnya di staking yang tadinya 12% kemudian 7% bagaimana mekanisme nya kaya begitu nah frekuensi ask question ini kami siapkan kemudian kita kasih ke tim customer support dan tim community, karena mereka yang paling paling depan menghadapi konsumen menghadapi user, setelah itu kita juga kasih sama tim sosial media tapi tim sosmed biasanya ini kita arahkan supaya mereka mengarahkan user ke customer support gitu jadi supaya sosial media tidak terlalu sibuk dengan menjawab komen gitu mereka bisa tetap fokus di engagement nya dan awareness nya jadi kita dapat mengarahkan mereka ke tim customer support, in parallel kita juga mengintegrasikan tim CS kita dengan sosmed jadi kalo misalnya ada pertanyaan terkait yang produk yang bisa dijawab dengan tim CS, maka tim CS yang akan menjawab karena kita sudah mengintegrasikan FPI gitu. Itu kalo dinamika kalo secara market yaa kalo kita punya kebijakan baru atau produk baru yang ternyata mengalami perubahan kalo dinamika secara pemerintahan nah kaya tadi aku bilang misalnya tadinya staking ini tidak diatur jadi kita sudah punya duluan ini produknya karena kebetulan company kita saat itu adalah company internasional yang beroperasi di empat negara gitu kan selama regulasi belum ada saat itu memang kita sudah ada produk ini tapi seiring dengan adanya regulasi baru dari pemerintah itu mengubah dinamika sehingga harus kita adjust apa saja contoh adjustmen nya contoh nya misalnya gini tidak boleh lagi ada produk staking misalnya yaa kemudian tidak boleh menggunakan kata menabung, tidak boleh menggunakan kata bunga, jadi ada beberapa kata-kata yang tidak diperbolehkan oleh pemerintah untuk digunakan karena kata-kata ini secara legalitas mungkin ya dan regulasi itu memang lebih tepat untuk di produk-produk keuangan bukan di produk crypto yang merupakan komoditas aset investasi, gitu. Nah jadi kata-kata ini biasanya kita akan ngelist semuanya apa aja yang tidak boleh apa yang boleh kemudian kita bikin satu guideline lah kita bikin satu playbook nah ini penggunaan kata-kata ini tidak boleh jadi apa kira-kira kata-kata yang bisa kita pakai untuk menggantikan kata-kata itu, kira-kira punya arti yang sama dan bisa kita pakai di dalam komunikasi kita gitu jadi misalnya kaya bunga dulu kayanya kita ganti menjadi apa ya, duulu kita gaboleh pakai kata bunga

P: ohh jadi pemerintah juga ngasih peraturan mengenai kata-kata begitu juuga ya kak

E: betul betul, karena untuk menghindari apa namanya menghindari komunikasi juga antara masyarakat dan juga missperception gitu jadii kalo untuk invest tanah mungkin sensitif ya investasi itu kan berkaitan dengan uang dan itu cukup sensitif jadi penggunaan kata menabung tidak boleh, penggunaan kata bunga itu tidak boleh, penggunaan apa produk staking karena belum diregulasi jadi tidak boleh, jadi kita pakai cara yang lain gitu, kalo ga salah dulu bukan menabung jadinya karena gaboleh jadi kita bikinnya pakai kalimat ya investasi, investasi sekian persen dapet sekian persen gitu. Dengan kata-kata itu juga diatur sama pemerintah, kaya bagaimana kita menghadapinya sebagai PR kaya yang aku bilang tadi kita sudah siapkan playbook nya, kita list kata-kata yang dilarang dan kata-kata pengganti, kemudian juga kita juga komunikasi diskusi bersama dengan public polisi dan tim legal kita karena mereka yang berhubungan langsung dengan kementerian kan sampai saat ini kementerian untuk mengatur regulasi crypto adalah kementerian perdagangan gitu,

6. P: okee kalo aku boleh tahu mungkin kak elin bisa ceritain kalo kak elin itu kerja di PR itu nanganin apa saja sih? Ya tugas yang kak elin kerjakan sebagai PR itu bagaimana?

E: kalo aku karena kita di inhouse jadi bener bener semuanya, semuanya dalam artian segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan itu semua kan harus ada komunikasi kepada user sekecil apapun itu dampaknya, jadi mulai dari misalnya sistem maintenance kalo ternyata mereka lagi ada maintenance sistem yang membuat kita tidak bisa deposit misalnya apa tidak bisa melakukan penarikan misalnya, itu komunikasi dari kita, dari saya dan tim PR. Yang kedua kalo ada perlisian produk berarti kita yang siapin strateginya, mulai dari nanti kita sudah siapin bikin usernya, bikin launchingnya akan seperti apa kemudian apa saja produknya pokoknya strateginya yang bener end to end jadi dari awal bikin strateginya. Oh misalnya gini kita dapet brief dari tim produk ini dapet brief dari tim produk oh kita akan rilis produk X let say ya nah produk X ini nanti benefitnya seperti apa mekanisme nya seperti apa atau nanti ya yaudah dia sudah bikin ini dan akan rilis tanggal sekian nah bareng sama tim growth biasanya kita akan bikin kampanyenya jadi misalnya kalo crypto itu kan lucu lucu ya jadi kaya misalnya dia ada crypto yang nama namanya itu nama nama makanan misalnya namanya pancake, sushi, gitu kan nah jadi misalnya kita bikin kampanyenya foto makanan makanan dari aset crypto yang akan listing misalnya di bulan ini, misalnya begitu kan nah kita bikin kampanyenya seperti apa campaign di sosmed nya kemudian kalo dari tim growth mereka punya campaign juga komunikasi nya akan seperti apa kemudian

channel komunikasinya apa saja bentuk komunikasinya seperti apa gitu. Terus juga misalnya sudah selain campaign itu biasanya aku juga ngelead untuk informasi produknya misalnya kalo aset crypto nya tadi kaya nama pancake sushi begitu nah berarti kita harus makesure ketika misalnya produk itu rilis di hari H atau sebelum hari H seluruh informasi tentang produk ini harus sudah ada di dalam blog resmi kami, nah jadi aku bareng dengan tim regional biasanya bareng teman teman yang ada di thailand atau singapore kita sudah siapin dalam beberapa bahasa, ada bahasa thailand, inggris dan Indonesia begitu jadi kita sudah siapin jadi langsung taro di blog kita nah itu sudah harus ada semua sebelum hari H rilis gitu, kemudian itu kalo baru rilis produk atau rilis campaign sama sistem maintenance. Kalo kita mau bikin presscon itu iya juga, iya di kita juga jadi kira kira apa saja key message nya apa yang mau di highlight itu nanti kita yang siapin kita akan kontak juga dengan tim agency kalo memang ya tergantung dengan skala nya ya sebesar apa kita akan kontak dengan tim agency untuk bikin brief nya seperti apa, kita butuh konferens nya sebesar apa, berapa banyak media yang mau kita undang, nah begitu nanti seluruh prosesnya kita siapin bersama dengan tim agency gitu misalnya mereka butuh apa talking points lah nanti kita siapkan talking points, misalnya butuh foto foto dari selevel kita akan menjadi narasumber adalah pelopor misalnya kita siapin fotonya untuk desain segala macam dan ngundang biasanya dari tim agency, kemudian itu kalo konfrens apalagi ya kalo mau bikin event biasanya kalo mau bikin event itu dari tim PR akan siapin konsepnya seperti apa nterus annti kita akan reaching out ke agency baik itu agency vendor akay venue misalnya yang stage terus abis itu kita bikin campaignnya juga kemudian bikin user juga key message nya apa, komunikasi yang mau disampaikan seperti apa begitu terus kita juga akan ada di venue nya karena kita pasti akan membantu juga tim kita yang ada disana gitu, terus biasanya kita prepare misalnya mau bikin developer kah atau mau bikin kuis kah kita siapin juga merchandise merchandise nya gitu. nah kalo mediakit itu untuk media yang datang sesuai dengan namanya jadi hanya untuk teman teman media yang datang tapi kalo untuk merchandise yang lain biasanya untuk users atau pengunjung yang datang ke booth kita dan dapet hadiah dari game. Nah media kit itu merchandise itu hadiah yang sudah kita siapin dalam satu totebag gitu buat media gitu mereka nanti dapet

2&3P: oke kak,kalo PR ini kan pasti berhubungan dengan departemen atau divisi lainnya ya kak, nah bagaimana si cara kak elin melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja dalam melakukan aktifitas PR? Nah kalo pun ada perbedaan pendapat bagaimana sih cara menanggulangi dari perbedaan pendapat tersebut?

E: oke kalo untuk manajemen konflik sebenarnya itu sudah pasti ada ya cuman kan segala sesuatu yang namanya kita berhubungan dengan manusia itu semua ada levelnya konflik ini kan sekecil apapun bisa dikatakan sebagai konflik tapi levelnya seperti apa itu biasanya akan kita leveraging kalo dia masih cuman sekedar level level rendah ya, kaya ohh aku lebih seneng seperti ini itu preferensi itu kita masih bisa obrolin di meeting biasanya nah sebenarnya kunci dari PR itu adalah ngobrol, hmm apapun ceritanya PR itu ngobrol jadi ketika kita mengalami konflik antara rekan kerja ya kita ngobrol kita siapin waktu kita ajak mereka untuk call ya kita obrol soal ini yuk diskus saja sebentar kira kira baiknya kaya bagaimana jadi kita sampaikan dari sisi PR itu kita itu kebutuhannya apa itu yang paling penting kebutuhan kita apa, apa yang kita harapkan seperti apa ekspetasi kita itu 3 hal paling penting dari sisi PR udahh kemudian dari tim yang lain yang mungkin kurang setuju atau yang mejadi teman diskusi kita atau teman kita dalam berkonflik dalam konteks ini dia akan juga akan kasih tahu oh barriernya seperti apa apa yang tidak bisa, gitu jadi semua harus diobrolin ketika dia kasih tahu ohh tantangannya seperti ini hambatannya seperti ini solusi yang mereka tawarkan seperti apa ini nanti kita cari jalan tengah gitu. Kita cari jalan tengah, ohh dari mereka jalan nya seperti ini nihh nah ternyata misalnya ya lets say eee misalnya itu ohh gini ada satu pernyataan yang harusnya dikeluarkan secara bersamaan karena kita regional company ya jadi kita harus mengeluarkan pernyataan itu secara bersamaan di empat negara tapi somehow satu negara sudah ngeluarin duluan ya kan nah itu biasanya kita akan ngobrol, dalam rangka apa ini kenapa kalian keluarin duluan kenapa tidak sesuai dengan jadwal awal nah nanti mereka akan kasih tahu ohh pertimbangan kami adalah A B C D E F G dan ini karena ada urgensi A B C D E F G baru kita akan bilang oke kalo kalian sudah mengeluarkan duluan apakah kami masih perlu mengeluarkan lagi apakah ini bener bener relevan dengan pasar kami? Kalo memang ini relevan dan harus dikeluarkan apakah gapapa kalo kita terlambat, nah kaya gitu jadi semuanya ngobrol semuanya itu harus di diskusikan untuk dicari jalan tengahnya gitu nah krisis juga sama ketika kita menghadapi krisis kita harus ngobrol, kunci dari PR itu adalah komunikasi jadi kita harus ngobrol jadi ketika kita menghadapi krisis kita harus liat juga krisis nya levelnya sampe mana ohh kalo ternyata levelnya masih kecil krisisnya hanya sekitar maksudnya kaya gaterlalu banyak yang membicarakan di dalam komunitas kita lets say Cuma 10 diantara 10 ribu orang itu berarti gaperlu kita apa namanya terlalu kita concern lah soal itu tapi kalo misalnya ini menjadi kasus yang besar itu baru kita harus eskalasi tapi eskalasi nya sampe mana kalo ternyata kita eskalasinya sampe head saja cukup ya gapapaa, berarti di head saja sudah selesai, biasanya head akan kasih solusi terus abis itu yaudah solusi ini yang akan kita apply nah kalo ternyata setelah disampaikan ke head terus mereka kaya ini terlalu besar daripada itu oke kita coba obrolin ke meeting besar nah di meeting besarnya ini sifatnya seperti apa. Kalo cuman menyangkut market Indonesia ya berarti cuman sampe level director kita saja gitu setelah itu kalo misalnya memang gede banget baru kita sampe regional tapi kalo misalnya sampe di director saja cukup ya kita berhenti sampe sana begitu pun kalo kita berkaitan dengan media, media misalnya punya pertanyaan apakah semua harus kita jawab, ya engga juga. Kalo misalnya isu nya kecil dan gaterlalu banyak yang concern ya gausah dijawab juga sebenarnya gapapa karena kita kan punya hak juga untuk memutuskan mau jawab apa engga, kalo memang sudah besar baru, kenapa tidak usah dijawab kalo concern masih kecil karena itu akan membuat orang yang tadinya tidak tahu menjadi tahu,orang lain yang tadinya tidak aware menjadi aware. Dan yang paling penting

adalah ketika terjadi perubahan atau misalnya rilis atau peluncuran produk baru atau apapun itu segala sesuatu yang berkaitan dengan user ada tiga tim yang harus selalu cepat dan terdahulu disiapkan, itu lah tim komunikasi, tim CS, tim sosmed. 3 itu yang paling penting karena mereka adalah orang-orang yang langsung berhubungan dengan user gitu mereka tuh garda terdepan, mereka itu pagernya jadi kalo mereka kita biarkan linglung sudah pasti susah karena orang-orang akan merasa kita gak capable.

P: tadi kan kak Elin juga sempat bilang kalo PR itu harus berhubungan dengan media nah dari pengalaman kak Elin sebagai PR bagaimana sih cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media atau pihak – pihak terkait lainnya?

E: okeee, jadikan mereka teman. Jadikan mereka teman mereka itu juga orang yang sama seperti kita tidak ada yang membutuhkan satu sama lain secara lebih perusahaan butuh mereka, mereka juga butuh perusahaan begitu, mereka butuh brand, brand butuh mereka, darimana kebutuhannya? Kalo misalnya dari media satu mereka pasti butuh informasi kalo memang ada informasi informasi yang terkait dan memang sesuai dengan kebutuhan pembacanya mereka atau audiens nya mereka gitu kan nah kita juga butuh mereka, kita butuh mereka untuk apa? Buat communicate segala sesuatu yang ada di perusahaan kita baik itu dari sisi produk atau dari sisi service atau misalnya untuk mengatasi krisis nah yang sering terjadi adalah terkadang brand itu merasa dia lebih penting daripada si media nah atau perusahaan itu merasa dia lebih penting daripada si media jadi kaya misalnya boleh gak aku liat draftnya sebelum di publish gitu, memang media itu gak akan sepenuhnya ngasih karena itu adalah kewenangan produksi tapi perusahaan atau brand punya hak jawab jadi ketika suatu berita itu dianggap terlalu miring atau menjelekkan atau terlalu negatif kita punya hak jawab untuk mengkonfirmasi keadaan yang sebenarnya kepada si media gitu, itu kalo untuk ke teman-teman media. Jadikan mereka sebagai teman, jadi kita mengobrol sama mereka, kita bikin event sama mereka misalnya untuk menjalankan kondisi perusahaan kita terkini seperti apa terus juga ya kita mengakomodir lah ketika misalnya mereka punya pertanyaan kita usahakan untuk menjawab kalo memang misalnya kita sudah bisa menjawab kalo misalnya belum ya kita kasih tahu kalo misalnya kita belum bisa menjawab atau ya sorry to say kadang kadang kita gak bisa memberikan respons apa-apa jadi tidak merespons sama sekali semua tergantung levelnya tadi aku bilang, seberapa penting sih ini memang harus kita respons gitu, apakah yang tidak dijawab berarti tidak penting? Belum juga belum tentu juga, bisa jadi karena satu misalnya stakeholders kita belum punya stands, gitu karena mungkin stakeholders kita masih berkoordinasi juga karna banyak banyak kalo sudah dalam kondisi seperti itu biasanya akan banyak pihak yang terlibat jadi misalnya stakeholders kita masih berkomunikasi dengan pemerintah misalnya, atau stakeholders kita misalnya masih berkoordinasi atau kaya yang aku bilang tadi levelnya masih terlalu kecil sehingga risikonya justru lebih besar kalo kita respons gitu dan setiap respons kita itu harus di cek atau di review oleh tim legal dan tim compliments untuk memastikan bahwa segala sesuatu jawaban kita itu memang sesuai dengan aturan hukum yang berlaku di Indonesia dan memang patuh terhadap regulasi yang ada. kalo kamu inget kasus erigo dulu yang mereka justru melayangkan komentar negatif sama orang yang mereview jelek produk mereka bukan mereview jelek sih sebenarnya mereka bilang ini kurang oke dan segala macam tapi kan kita harus tahu juga itu mereka UGC kah atau mereka memang dibayar, kalo mereka memang UGC user generate content ya gak ada masalah, karena mereka berarti melakukan sesuai dengan kewenangan mereka karena mereka beli kan gitu, ya berarti itu justru insight buat kita ini ohh berarti kalo berdasarkan konsumen hal yang kurang produk kita itu bisa jadi insight ketika kita mau melakukan rilis produk baru atau kita mau mengupgrade produk yang lama gitu,

P: kalo yang tiap PR itu itu cara ngelobby media nya kaya bagaimana sih kak, kalo di serial kan dengan cara ngajak minum – minum, ngajak makan begitu kak, kalo dari pengalaman kak elin itu bagaimana sih cara ngelobby medianya?

E: kalo aku cara ngelobby media nya sebenarnya kalo untuk makan dan minum gitu itu sepertinya sama saja di Indonesia juga hal yang sama semua tergantung budget perusahaan masing – masing sebenarnya, seberapa jauh mereka bisa bikin event untuk media, biasanya kalo di media itu ada yang namanya media gathering, atau misalnya media visit, atau media lunch, media dinner, iftar buka puasa bersama begitu terus juga ada ya biasanya gitu sih atau misalnya kita menawarkan one on one interview misalnya kalo emang ada isu yang memang harus di klarifikasi nah misalnya kita akan bawa yang selevel kita atau head kita begitu kan atau cara lainnya adalah ini kebetulan, kebetulan aku media gitu heheh jadi karena kebetulan aku media dan teman-teman ku wartawan jadi aku biasanya untuk beberapa orang aku bisa lobby personal gitu dan biasanya untuk teman-teman media dan teman-teman PR yang juga sudah punya kedekatan teman-teman pribadi dengan teman-teman wartawan biasanya juga akan lebih personal gitu

P: karena sudah ada hubungan personal begitu, lebih gampang gak sih kak?

E: hmm gak juga sih cuman kalo lebih personal itu kan beda ya karena kita sebagai teman kita misalnya ngobrol ke mereka eh gua lagi ada kebutuhan gini ini, lu ada insight apa kira-kira kalo misalnya dari mereka insight nya masuk ya kita bisa bilang nanti kalo misalnya jadi seperti kaya gini lu mau gak ngeliput gitu, nah jadinya mereka juga merasa di apresiasi kan insight nya mereka banyak kok ada banyak cara karena gini ketika kita ketemu sama media itu tidak selalu tentang lobby kadang juga bisa maintaning relationship kan dengan teman-teman media jadi ya bentuknya macem-macem kadang kadang kalo aku ya selama jadi PR itu ya itu tadi ada media lunchen, ada bukber, one on one interview, kalo media gathering kita belum pernah ada media visit juga kita belum ada tapi ketika aku jadi wartawan dulu ya itu ada media gathering ada media visit ada perayaan ulang tahun ada party gitu gitu ya semua tergantung ininya tergantung budget perusahaan dan bagaimana strategi masing-masing perusahaan dan biasanya juga akan dikondisikan sesuai dengan bidang masing-masing

perusahaan begitu contohnya kalo dulu akuu itu waktu jadi jurnalis itu kan aku jurnalis travel nah kan kalo jurnalis travel biasanya aku ikut acara acaranya himpunan anak media nah itu biasanya digabung adalah anak anak yang suka liputan hotel, nah biasanya kita ngapain biasanya kita ada acara minum minum gitu ada party party misalnya kaya gitu nah itu semua tergantung bener bener sangat fleksibel.

P: ohh begitu ya kak, baik pertanyaan selanjutnya. Apa sih yang menurut kak elin yang menjadi tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations?

E: hmm tantangan terbesar dalam bidang public relations saat ini yaa hmm apaa yaa kalo menurut aku sebenarnya lebih kepada mungkin kita punya relationship yang kuat ya dengan media media yang cetak tapi media digital lebih cepet updatenya gitu. jadi media digital itu lebih cepet updatenya jadi kita itu biasanya kan ingin nya itu begitu berita kita sudah rilis nah harus langsung naik begitu kan, sementara di cetak itu kan membutuhkan waktu lebih panjang kan itu sih sebenarnya kalo menurut aku dan kemudian juga tantangannya adalah kadang kadang kita belum ngobrol ke media ya kita sudah harus konfirmasi atau bikin klarifikasi atau bikin rilis itu di sosial media duluan karena sosial media adalah hal yang paling pertama yang orang kunjungi ketika mereka menemukan satu isu gitu jadi memang tantangan sebenarnya menurutku bukan kepada the way communicated itu satu hal ya tapi menurutku lebih kepada needtime sih jadi memang kita harus segala suatu tuh harus cepet semuanya harus cepet kita menanggapi semua harus cepet kita menanggapi semua dengan cepat dan tepat sasaran, ya semua harus efektif dan efisien gitu. Dan mungkin ini kali ya tantangan yang lain adalah what to works in other industry e not always work in other industry gitu jadi tidak ada yang rules for all semua harus dijalani, mungkin misalnya ini mungkin kalo untuk company kaya kita ini crypto karena emmang kita digital ya segala sesuatu yang harus cepet di publish ya orang orang akan lebih cenderung cari di sosial media kita jadi kita harus tahu channel kita apa tapi untuk perusahaan perusahaan yang dia lebih profesional misalnya kaya BUMN atau mungkin perusahaan lainnya yang memang jauh lebih settle bukan start up mereka biasanya akan berita berita terlalu berat untuk detail di sosial media jadi mereka itu lebih mengandalkan media sebagai heroes channel mereka jadi biasanya mereka akan duluan rilis di media media misalnya kaya detik, kompas, atau apa gitu, ketimbang di sosial media mereka duluan misalnya kaya ohhh hasil profitnya sekian misalnya profit company sekian, ruginya sekian, costnya ini sekian, pencapaian ini ini ini gitu kan kalo dibikin detail di sosial media itu terlalu panjang jadi harus ditaroh di media gitu kan nah jadi baru ditaro di sosial media begitu tapi itupun jarang orang summary di sosial media untuk hal hal yang seperti itu karena rentan missppersepsi dan miscommunication gitu dan terlalu banyak tulisan yang ada di sosial media juga kan orang orang gak suka begitu terus tantangan lainnya ada virality sama suara ekspertis itu sudah gak didenger jadi orang orang lebih percaya influencer gitu misalnya orang orang lebih cepet percaya sama konten konten viral nah apapun yang kita samapaikan kadang kadang sudah gak masuk lagi di mereka.

P: kalo tantangan kaya harus standby buat berita berita begitu jadi dia bener bener up to date mengeani company, trending, berita. Jadi kaya kerjanya harus siap sedia di jam berapapun. Kalo menurut kak elin kalo PR itu harus selalu standby kaya misalkan weekend di telpon klien kita harus angkat atau ya weekend gausa diganggu gitu kak?

E: kita punya tim monitoring, punya monitoring yang per week, kita punya monitoring yang per day gamesti harus standby sih cuman kecuali krisis, kalo krisis memang harus standby tapi kalo misalnya untuk hal hal yang rutin sih monitoring kita kan juga punya tools jadi kita memang monitor saja oh ini sudah ada disini ohh ada berita ini nihh begitu dan biasanya kita juga jadi kaya autopilot saja sih misalnya lets say kita ngomongin industriku, industriku saat itu crypto ya otomatis aku akan selalu tertarik untuk baca mengenai crypto kan dan menurutku itu bukan tantangan karena ya itu memang bukan tantangan karena itu memang sudah bagian dari pekerjaan how market react misalnya atau bagaimana fenomena market yang terjadi saat ini ya memang kita harus aware saja sih itu gak tantangan sih kalo menurut aku ya. Dan iya itu tadi terlalu banyak infrmasi yang beredar membuat terlalu banyak noise kan gitu jadi bagaimana kita bisa crafting message supaya kita bisa standout dan orang lebih mendengarkan kita ketimbang mendengarkan virality konten konten viral dan konten konten influencer yang mungkin kita gak bilang konten influencer salah tapi kan influencer kadang ada yang bener kasih info kan ada yang engga juga gitu kan jadi bagaimana kita bisa membuat message kita standout supaya lebih di dengar nah itu sih tantangannya karena ya itu tadi orang orang kadang sudah denger percaya terhadap influencer ketimbang dari source asli kan,

P: ohh begitu kak, lalu pertanyaan selanjutnya kan tadi kalau lagi ada situasi yang urgent pasti ada monitoring ya nah bagaimana sih cara kak elin dan tim menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif public relations?

E: okee kalo kita ngomongin soal monitoring, monitoring itu dilakukan secara rutin, mau itu ada kasus krisis atau tidak ada kasus krisis itu berjalan sebagaimana mestinya sebagai sebuah rutinitas, karena kenapa kita harus terus monitoring setiap hari walaupun gak ada krisis karena ya itu tadi kita harus tahu fenomena market kita harus tahu bagaimana persepsi publik terhadap kita, apa saja media media yang ngemaintance kita, seperti apa sentimen beritanya gitu itu itu monitoring harus berjalan setiap hari, kemudian untuk krisis pendekatannya berbeda pendekatannya sama yang kaya aku bilang tadi tergantung krisisnya ini level nya seperti apa kalo memang level nya sesensitif itu ya berarti memang kita harus standby apa saja misalnya pertanyaan dari user kita, kita harus scroling dulu dan kumpulin dulu semuanya, kemudian kita bisa jawab berdasarkan effectkey yang sudah kita siapkan atau berdasarkan informasi baru yang kita dapat dari tim misalnya dari tim product atau dari tim klien, tim legal, atau misalnya dapet informasi baru dari BOD atau dari selevel begitu tapi apabila tidak terjawab ya kita yang eskalasi ohh kita dapet pertanyaan ini seperti ini sep[erti ini bagaimana approach

nya ya nah approach ini nanti kita harus obrolin dulu dengan tim gitu, jadi kaya aku bilang tadi dalam PR itu tidak pernah ada yang namanya one rules for all tapi yang terjadi adalah selalu setiap kali ada kasus apapun krisis apapun nah itu semua levelnya sama, kita selesaikan dulu di tim PR sesuai dengan efkey dan brief yang sudah ada yang eksisting kalo misalnya gak bisa baru kita eskalasi ke head atau manager kita tidak bisa terjawab lagi, kita eskalasi ke atasan nya lagi gitu, dan segala sesuatu yang dilakukan respon respon kita harus di review oleh tim leader dan tim complain dan public policy. Untuk menghindari terjadinya miskonsepsi, mispersepsi atau kesalahan di dalam kata sesuai dengan regulasi maupun undang undang yang ada yang berlaku di Indonesia gitu

P: jadi memang harus melibatkan banyak pihak ya kak. Oke, pertanyaan selanjutnya apakah elin ini itu terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan event atau konferensi pers? Bagaimana peran kak elin dalam hal ini?

E: kalo untuk acara itu biasanya end to end, kalo terlibat pernah juga kalo untuk konferensi pers dulu waktu kita ada launching crypto revolution terus habis itu konferensi pers ketika kita dapat standing terus event nya itu brand sport itu kalo event yang kita ada booth ya, kalo event lainnya biasanya punya event bareng kaya lunchend begitu sama dinar sama user kita tapi yang level gitu lah, perannya seperti apa perannya itu end to end dari awal kita bikin kita inisial meeting dulu kita kira kira mau bikin konsep seperti apa, apa objektif nya dari event ini kemudian kira kira journary nya akan seperti apa, kemudian budget nya berapa kaya gitu sih abis itu nanti kira kira apa saja kebutuhan nya siapa saja stakeholders nya yang harus dilibatkan dalam proses itu terus juga misalnya sudah ini sudah rampung ini strategi nya seperti apa keymessage nya apa, objektifnya apa, siapa yang ada disana, nah kemudian kita akan brief semua pihak pihak yang terlibat misalnya vendor set up oh kita mau bikin venue seperti ini, budgetnya sekian, tanggal sekian, kita nanti bakal ngecekin yaa kita akan ngecek ketika mereka loading, mereka set up sampe booth nya jadi nanti kita di event juga lihat ini kira kira berjalan dengan baik atau tidak, apa kekurangannya, apa objektif nya tercapai gitu, nah nanti kalo misalnya sudah selesai event nya baru kita bikin reportnya ohh kemarin dapetnya segini, objektif kita yang seperti ini ternyata tercapai sekian persen misalnya terus habis itu kita bikin reportnya berupa foto atau berupa video oh ini seperti ini, kalo misalnya konferensi pers nanti kita akan kontekan juga dengan tim agency yang biasanya kita minta bantu untuk inviting media gitu jadi kita siapin dari sisi inhouse tim agency akan siapin dari sisi outhouse nya jadi mereka yang invite misalnya mereka yang standby didepan untuk registrasi, pemberian mediakit, pemberian rilis pers, gitu dan nanti kita dapat database mereka nah kita maintance lagi relationship dengan media media itu, gitu deh.

P: oke pertanyaan selanjutnya mengenai bagaimana sih cara kak elin dan tim membangun dan memelihara citra baik crypto atau klien di mata publik melalui pekerjaan PR?

E: oke kalo memelihara citra baik itu kan yang pertama harus sesuai dengan regulasi yang ada, itu yang paling penting karena citra yang baik itu bukan Cuma di mata user tapi juga di mata pemerintah as a stakeholders kan jadi kita harus sesuai dengan regulasi dan undang undang yang ada tidak menyalahi ketentuan yang berlaku terus juga yang menjalankan peraturan kaya misalnya di Indonesia itu kalo untuk crypto kalo dia sudah terdaftar dia itu harus ada yang namanya sistem know your customer jadi semacam proses verifikasi kalo di perbankan jadi itu harus ada di dalam produk kita, di dalam aplikasi kita, apalagi misalnya kalo di crypto itu selain ada proses itu itu juga ada namanya proses apa ya kaya kita itu harus submit beberapa dokumen lah gitu untuk klien klien yang memang invest nya dalam jumlah yang besar gitu terus apalagi untuk memelihara citra ya kalo menurut aku si kalo untuk citra baik itu ya kita biasanya harus menyampaikan informasi yang sesuai ya produk kita itu gaboleh kita over promise, jadi kita ngasih tahu semuanya mekanisme nya seperti apa, syarat dan ketentuan nya apa jadi kita harus jelasin itu jadi ya masalah dibaca atau engga sama user kan itu satu hal yang lain ya atau dari kita kita sudah memberikan informasi informasi yang terkait gitu. Dan tidak mengeluarkan statemen statement bersentimen negatif kaya begitu sih sebenarnya.

P: oke kak, pertanyaan selanjutnya. Jadi bagaimana sih strategi yang kak elin dan tim terapin untuk mengelola dan menyebarkan statement atau informasi itu kepada publik atau media?

E: strategi nya sudah pasti kita communicate all the key, kita communicate the key message lewat channel channel komunikasi kita jadi komunikasi komunikasi itu bisa lewat sosial media misalnya kita punya di crypto di sheetmask itu kita punya telegram kita punya instagram punya twitter, tiktok, facebook, dan itu kita komunikasikan semua di sosial media itu kemudian untuk beberapa hal yang misalnya penting yang memang kaya launching atau finding nah itu kalo memang dibutuhkan kita pakai media jadi kita bisa kirim rilis pers.

P: oke pertanyaan selanjutnya, dalam pengalaman kak elin, seberapa sering sih persaingan itu menjadi faktor dalam praktis public relations? Lalu bagaimana cara kak elin mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?

E: oke kalo terkait persaingan menurut ku ga cuman di dunia PR ya, all company pasti juga ada persaingan misalnya naik jabatan dan sebagai macem itu sebenarnya di semua perusahaan ada, persaingan bisnis, antara satu bisnis dengan bisnis lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk mendapatkan kolaborasi dengan produk atau misalnya dengan brand lain atau dengan perusahaan lain juga itu pasti ada, kalo secara internal menurutku itu semua kembali kepada individu masing – masing si sebenarnya, karena kita gk bisa bilang bagaimana cara mengatasi itu menurut ku itu gak bisa diatasi, itu kalo dari sisi PR gak bisa diatasi. Karena PR itu we communicate the key message from the company to be outside, ke publik begitu kan jadi bukan internal nya gitu yang bisa mengatasi permasalahan di internal mengenai konflik itu ya HR, bagaimana HR bisa membuat jenjang karir yang bagus bagaimana mereka bisa membuat sistem penilaian yang tepat yang lebih efektif dan lebih berimbang itu sebenarnya scoop nya HR jadi bukan scop nya kita as a PR. Kalo misalnya masih kurang baik ya berarti bagaimana tim HR nya mengelola sebenarnya. Nah kalo untuk persaingan

eksternal ya itu kembali lagi seberapa bagus kita bisa pitching ide kita ya disana sudah main nya adalah strategi bagaimana strategi yang kita tawarkan apakah sesuai dengan perusahaan atau klien yang ingin kita gaet misalnya gitu kan terus juga ya main di lobby juga seberapa jauh kita bisa dekat atau bisa melobby orang yang punya ruang untuk memberikan keputusan terkait itu nah kalo bagaimana cara melobbynya ya balik lagi, semua company pasti punya nya sendiri, punya cara masing masing gitu, baik itu cara baik maupun cara buruk itu semua kan tergantung subjektifitas masing masing begitu makanya dunia PR ini gak bisa di bilang sebagai dunia yang hitam putih karena segala sesuatu nya itu abu abu gitu emuanya abu abu menurutku ya tapi yang bisa kita lakukan adalah selama segala sesuatu yang kita lakukan itu sesuai dengan aturan perundang undangan dan regulasi yang berlaku dan tidak menyalahi norma atau etik yang ada masih bisa dijalankan gitu jadi kita hanya berusaha untuk melakukan secara sehat gitu tapi semua ada pro dan kontra nya gitu kalo misalnya di dunia PR kaya kamu bilang tadi kan berarti mereka agency kalo di PR inhouse sih PR itu biasanya dulu kita pernah saingan sama tokoh crypto kayanya dulu untuk dapetin gozali jaman jaman nya gozali lagi booming boomingnya ya kita berusaha untuk ngelobby tante nya yang saat itu menjadi manager dia, entahlah dia sudah duluan dikontrak oleh toko crypto ya mau gamau kita harus terima begitu kan terus juga apalagi biasanya si mungkin kalo persaingan diluar itu lebih ke persaingan user ya bagaimana kita menghadirkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan marketi kita terus juga mungkin persaingan untuk mendapatkan brand ambassador misalnya dulu kita sempet kepikiran mau pakai lisa blackpink, tapi ternyata lisa blackpink sudah kontrak sama yang lain. ya kalo sudah kaya begitu masalah nya bagaimana cara kita bersaing a PR ya kita gak bisa ngapa ngapain. Kita cuman bisa pitching dan kemudian kalo emmang levelnya sudah diatas itu ya mau gak mau ya yang main disitu vbukan lagi cuman PR, yang main disitu ya harus selevel bagaimana mereka bisa mencari orang yang punya koneksi lebih kuat untuk melobby lisa dan manajemennya gitu nah saat itu kita salah start gitu.

P: tadi kak elin bilang dan aku pelajarin di perkuliahan kalo PR itu kan ada kode etik ya kak nah bagaimana sih menurut kak elin sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang memang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan ya?

E: hmm kode etik PR yaa, okee as a context aku bukan anak PR aku bukan anak ilmu komunikasi jadi sebagai praktisi PR aku itu learning by doing, kalo di dalem kode etik PR jujur aku gak tahu kode etik PR itu bagaimana, jadi aku gatau apa namanya kode etik PR seperti apa kalo dalam teori nya gitu ya tapi yang bisa aku tawarkan adalah selama aku menjalani PR itu ya kita tidak user blowing yang pertama jadi misalnya kita bilang A di komunikasi company kita tapi ternyata kita juga misalnya lets say bikin akun lagi yang lain untuk cepu ya jangan lah tidak boleh lah yakan atau misalnya kita cepu ke company lain ya gak boleh dong begitu kan, terus as a PR ya we have to kita harus selalu berusaha untuk menyampaikan key message kita sih yang menciptakan citra baik dari company kita gitu dan apa namanya aku juga belum pernah sih sampe kaya berada di kondisi yang menyalahi etik begitu yaa company nya jadi kayanya aku gak bisa komen banyak deh soal ini.

P: hmm oke, ini pertanyaan selanjutnya. Jadi bagaimana menurut kak elin representasi tugas dan fungsi dari Public Relations dalam serial race? Apakah kak elin melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan kak elin sebagai public relations?

E: kalo itu sih sama ya, jadi memang kita bikin release, kita bikin talking points, kita edit release kita, kita review release kita, kita kerjasama dengan middle complaints dan public policy untuk release kita sebelum release kita disebar, kita kerjasama dengan media, kita bikin event terus abis itu kita bikin strategi event, kita undang media ke event kita, kita treat media sebaik mungkin, kita mainten relationship, apalagi ya banyak sih PR itu intinya adalah jembatan antara perusahaan dengan publik jadi kalo jembatannya tidak bagus apapun yang disampaikan oleh perusahaan itu pasti gak akan nyampe ke publik gitu. Jadi ya setelah aku nonton serial itu, aku ngerasa sama kok apa yang aku kerjakan sesuai dengan apa yang ada di serial Race, karena PR pasti memang ngelakuin itu. Apa yang sudah aku jelasin tadi kan tergambar juga ya hehe di serial race

P: oke kak, karakter utama yaitu ParkYoonjo kan di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi ya kak, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta atau perekrutan tanpa kualifikasi. Bagaimana sih kak menurut kak elin cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut kak elin apakah cara yang dilakukan oleh Parkyonjoo sudah tepat?

E: hmmm kaya yang tadi aku bilang kalo mengalami krisis ya itu kuncinya adalah ngobrol, kunci PR kan komunikasi jadi kita harus ngobrol ketika kita menghadapi krisis itu, dilihat juga level krisisnya seperti apa sih apakah memang sampai booming dan viral atau masih kecil kaya gaterlalu banyak yang membicarakan gaperlu lah kita terlalu concern begitu, kecuali kalo memang sudah viral baru kita ada step stepnya kaya eskalasi tim PR dulu, kalo masih gak bisa ya ke head, kalo gak bisa juga yaa ke atasannya lagi. Jadi ketika ada krisis ini tim ini harus diskusi bagaimana cara nya supaya mengatasi situasi krisis ini. kalo sebagai PR ini itu kita harus bisa mengidentifikasi juga dan memahami krisis nya, sebenarnya apa sih yang terjadi apa sih yang diberitakan diluar sana, oh misalkan krisis tersebut terjadi karena adanya kesalahan dalam perekrutan buta karena pemeran utama cewenya itu seharusnya gak diterima di seyong, ya pokoknya sebenarnya penting untuk kita as a PR mengetahui detail masalahnya. Terus juga kalo pemberitaannya sudah semakin besar dan viral, ya kita cari cara bagaimana klarifikasinya untuk meredakan berita tersebut di publik. Nah yang aku liat di serial itu kan mereka langsung ditelponin ya sama rekan rekan stakeholdersnya ataupun media mengenai pemberitaan perekrutan buta itu, nah as a PR kita juga harus respons cepat dan berusaha untuk meredakan berita itu. Menurutku yang dilakukan itu kurang tepat karena tidak ada transparansi antar tim kan itu atasan laki laki nya

gak mau ngasih tahu kenapa alasan ParkYoonjo diterima, nah transparansi antar tim juga harus di PR. Setelah rapat tim PR kan baru jelas ya permasalahan nya apa, cara penyelesaian nya bagaimana, nah akhirnya kan bisa bikin release untuk menjelaskan permasalahan tersebut. Ya intinya komunikasi sih dan bagaimana caranya kita bisa bersama sama menghadapi konflik krisis atau manajemen reputasi itu. Nah yang aku liat juga kan petinggi petinggi PR ada konflik juga ya, jadi kaya kalo mereka sibuk berantem sudah pasti kan PR nya gak bisa jalan kenapa karena tidak ada kesamaan message yang mau kita sampaikan tidak ada arahan yang jelas tidak ada directionnya, ya PR nya bingung dong kita mau ngasih tahu apa ini ya kan kalo misalnya mereka saling bertengkar, atau misalnya ada konflik diantara petinggi yang membuat satu pihak lebih terlihat unggul dibanding yang lainnya sehingga produk yang dikeluarkan atau service yang dikeluarkan itu tidak sesuai dengan kebutuhan user atau audiens misalnya nah itu bisa menjadi kendala juga buat tim PR karena PR tahu ini tuh ga sesuai sama market, market itu gamau itu tapi ya mau bagaimana, dari atas maunya ngasih messagenya seperti ini, nah itu bagaimana cara kita mengcrafting messagenya gtu jadi konfliknya itu bukan bagaimana meresource konflik di dalam tapi bagaimana itu bisa berimpact sama PR nya gitu kalo misalnya mereka sibuk berkonflik diantara internal kaya petinggi petinggi otomatis PR nya ilang direction kan, jadi gak jelas yakan, nah ini akan jadi efek domino. Efek domino nya kemana? Ohh akhirnya produknya tidak sesuai dengan kebutuhan market, tidak sesuai produk itu membuat profit revenue nya juga jadi makin kecil jadi gabisa sustainable company nya gitu. Itu kalo konflik petinggi, kalo konflik antar tim kalo ke klien atau agency atau ke partner atau ke brandambassador biasanya jadi ada overlating message siapa yang sudah ngebrief tahu tahu di brief lagi atau misalnya setelah di brief briefnya datang lagi tapi berbeda. Atau misal satu kontennya sudah approve tapi yang lain tidak approve, dan itu akhirnya bikin kita jadi bolak balik bolak balik gitu kan nah itu sih atau misalnya dari awal aturan nya A tiba tiba berubah jadi B gitu dan itu orang pihak terkaitnya itu sudah ya karena kita kan harus tahu kalo kita berhubungan dengan pihak terkait dan punya batasan tertentu kan jadi kalo misalnya kita tidak melakukan clear dulu di awal ya otomatis komunikasi kita dengan partner juga akan terhalang nah akhirnya nanti leadsnya gak ada ini begitu jadi muter muter disitu saja ya kan kita mau lanjut ke selanjutnya juga gabisa karena kita masih back to back akhirnya delay dan momentum nya ilang, balik lagi hasilnya kemana ya revenue nya gak nyampe, objektif nya gak tercapai begitu, kepuasan user nya berkurang, efeknya jadi domino

P: baik kak, lalu pertanyaan selanjutnya pada serial ini juga menyoroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut kak elin hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”?

E: hm oh ya aku inget dimana ParkYoonjo ini kan sering bertemu dan berhubungan baik dengan CEO agency apa begitu ya aku lupa. Hmm menurutku relate sih itu, karena aku dengan klien dan media saja sangat berhubungan baik, kita sering minum minum, makan bareng, ngopi. Apalagi kan si agency itu kan yang ngehandle produk dari Seyong ya jadi kita pasti harus kasih service yang baik, dan menjaga hubungan yang baik agar bisa sukses di proyek tersebut. Wajar sih kalo kita dekat sama klien karena itu juga akan membantu kita, kita bisa diskusi kaya bagaimana ini kedepannya, diskusi mengenai riset, permasalahan yang ada, apakah objektifnya sudah tercapai. Jadi yaa menurut ku apa yang di gambarkan oleh race itu tentang PR, tentang klien, tentang relationship sama banyak pihak ya itu relate di kehidupan aku

P: oke jadi ya relate lah ya sejauh ini, lalu di serial ini juga terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh ParkYoonjo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut kak elin sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR?

E: hmm kalo sesuai pengalaman aku sih ya, aku gak pernah ngalamin yang namanya menantang moral dan etika PR begitu sih haha jadi aku masih ngikutin regulasi dan aturan dari kantor aku, aku memang gabelajar banyak tentang PR tapi aku selalu tanya juga keatasan aku mengenai release ini atau apa gituu hmm. Aku juga gak pernah terlibat sesuatu yang memang harus melanggar etika dari PR. Tapi kalo seingat aku di Race juga kan ada beberapa scene yang atasannya nyuruh buat bikin release yang memang ngejelekin peran utamanya saja supaya nama Seyong gak jelek, nah itu menurutku cara yang salah sih ya put, karena seharusnya perusahaan harus bisa memberikan klarifikasi yang jelas dan informatif supaya gak bikin permasalahan tersebut berlarut larut. Untuk atasannya saja sih paling yang menurut aku ada yang melanggar etika PR kalo untuk si pemeran utamanya mah engga sih ya, hehehe aku sudah sedikit lupa sih jadi gak bisa menjelaskan secara detail karena aku juga gak pernah ngalamin itu.

P: oh oke kak gapapa, pertanyaan selanjutnya. Pada drama serial korea Race ini karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana kak elin menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR?

E: hmm aku sejauh ini sih sebagai PR inhouse ya gak terlalu ada tekanan sih karena aku jalanin nya have fun dan seneng sama pekerjaan aku, untuk deadline yaaaaa hmm kita sebagai PR juga harus pintar atur waktu sih put kita harus tahu mana yang harus diutamakan, jadi ya itu yang diduluin. Kalo jam kerja yang gak sesuai sih memang sih ya tapi di perusahaan aku itu ada tim monitoring yang tadi aku bilang jadi gak terlalu bermasalah sih, sejauh ini aku oke oke saja sih sama pekerjaan dan jam kerja nya. Yang aku liat di Race juga mereka oke oke saja gak sih sama pekerjaan nya cuman karena ada konflik dan krisis saja jadi yaa gitu

P: oke pertanyaan selanjutnya, bagaimana kak elin membandingkan gambaran praktisi PR di dalam serial drama korea Race dengan pengalaman kak elin sendiri di PR? Apakah ada aspek aspek tertentu yang menurut kak elin dilebih lebihkan dalam representasi tersebut?

E: hmm membandingkan gambaran praktisi PR di Race sama di kehidupan aku ya, hmm kalo yang aku lihat sih sejauh ini sama ya. Tugas dan fungsi yang dilakuin di race sama yang aku lakuin sama kaya yang tadi aku bilang, hm cuman bedanya mungkin dipermasalahkan saja sih kaya yang permasalahan yang dialami oleh si cewe itu, dan untung nya rekan kerja aku supportif gitu mau sharing tapi kalo untuk pekerjaan PR nya ya sama sama ngelakuin itu. Kalo aspek tertentu yang dilebih lebihin kayanya engga sih ya, konflik nya juga konflik yang memang kadang terjadi di Indonesia juga, tentang reputasi, konflik internal, masalah produk yang gak mencapai target. Ya hal itu sama sih aku juga pernah ngalamin sejauh ini ketika aku jadi PR

P: oke kak, serial drama race ini juga kan menyoroti persaingan yang ketat ya diantara karakter utama dan karakter lainnya. Dalam pengalaman kak elin nihh seberapa sering sih persaingan itu menjadi faktor dalam praktisi PR? Lalu bagaimana kak elin mengelola atau mnegatasi persaingan tersebut?

E: hmm kalo persaingan antar tim ya aku gak ada sih persaingan begitu, kita saling sharing, saling ngajarin, saling support satu sama lain. jadi ya kita dikantor jalanin tugas kita masing masing, jadi gak ada itu kaya yang si ini mau unggul, si ini mau naik jabatan atau apa, gada sih jadi ya aku jalanin saja as a PR di kantor sesuai dengan tugas yang ada. dan untuk mengelola atau mengatasi nya sebenarnya ini tergantung tiap individu ya, mungkin tim aku ada yang anggep ini persaingan juga. Jadi ya tergantung individu sih, kalo aku sudah banyak kerjaan jadi gak anggap persaingan, kita saling belajar saja dan saling bantu satu sama lain

P: oke kak pertanyaan terakhir ya, apakah ada scene dalam serial drama race ini yang secara khusus menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu? Bisakah kak elin memberikan contoh dari scene yang menggambarkan hal ini?

E: hmmm kalo untuk praktisi PR ya kan si cewe nya itu awalnya di rendahin ya sama tim Seyong tapi ternyata dia sukses buat celltics jadi meningkat, itu itu kan perlu perjuangan yaa dan akhirnya dia dipercaya oleh atasannya. Hmm untuk contohnya apa yaa gini deh aku gak bisa sebutin perusahaan nya ya. Jadi ada perusahaan yang memang reputasi nya jelek dan penjualan nya menurun, aku coba diskusi dengan pemilik perusahaan tersebut untuk memberikan ide dan solusi bagaimana sih supaya permasalahan ini selesai ya kan, lalu sempat di tentang juga oleh pihak dari manajemen perusahaan nya, cuman aku dan tim meyakinkan bahwa ini akan berhasil loh dengan cara ini akan berhasil gitu, nah akhirnya kita coba cuman awalnya aku takut karena kaya pihak manajemen nya tuh gayakin ke kita gitu tapi ternyataaa hasilnya bawa dampak yang baik, penjualannya naik. Wah disitu si aku langsung gemeteran karena aku dipuji sama atasan ku. Pokoknya perjuangan yang kita kerjakan itu ga akan bawa hasil yang sia sia gitu sih.

P: oke kak, aku mau mastiin lagi jadi tugas dan fungsi di serial race dan di kehidupan kak elin relate yaa?

E: yess relate banget, aku pas nonton saja kaya langsung tahu dia mau ngelakuin apa, bikin pressrelease, konferensi pers gitu sih

P: oke kak itu saja sih pertanyaannya, nanti jika ada yang ingin aku tanyakan bisa via whatsapp ya kak

E: oke putri, semoga jawabanku bisa membantu yaaa. Iya whatsapp aku ajaa

P: oke terimakasih kak elin, selamat malam

E: sama sama, malam putri

Lampiran 6. Transkrip Informan 4

TRANSKIP INFORMAN 4

P: Putri

N : Annisa

P: Halo, selamat pagi bu Nisa. Perkenalkan ibu nisa perkenalkan nama saya putri amelia efendi usia saya 22 tahun, saat ini sedang menjalani semester akhir di jurusan ilmu komunikasi universitas pembangunan jaya. Sebelumnya saya mau berterimakasih karena Bu Annisa sudah bersedia untuk meluangkan waktunya menjadi informan saya pada penelitian yang sedang saya jalani di semester akhir ini. oh iya bu annisa sebelumnya boleh perkenalkan diri terlebih dahulu, mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili kantor dan lama bekerja di bidang PR. Silahkan Bu Annisa

N: iya amel, perkenalkan nama saya Annisa Nidya Hapsari umur saya 32 tahun, saat ini sedang bekerja di dinas komunikasi informatika kota tangerang selatan, tepatnya dibagian subkordinator penyelenggaraan diseminasi informasi dan kemitraan komunikasi publik. Dibagian ini saya posisinya sebagai pranata humas atau public relations kurang lebih ya memang pekerjaannya seperti public relations pada umumnya, kemudian saya tinggal di benda timur 9 Pamulang, Tangerang Selatan. Pendidikan saya sarjana Universitas SultanAgeng Tirtayasa jurusan Ilmu Komunikasi, lama bekerja di bidang PR ini saya kurang lebih 3 – 4 tahun deh

P: hmm oke bu, saya mulai pertanyaan ya bu mengenai serial Race

N: Oke amel

P: apakah bu nisa sudah selesai menonton serial drama korea Race dari episode 1 sampai episode 12?

N: iya betul sudah selesai

P: oke, kapan terakhir bu nisa menonton serial drama korea Race?

N: seingat saya sih bulan februari awal sih ya, ya pokoknya sudah lama deh mel

P: Kalau boleh tahu kak Raisa menonton serial Race ini di waktu kapan ya kak? Dan apakah saat sedang melakukan aktifitas lain? (pertanyaan tambahan via telpon whatsapp)

N: kalo saya pas nonton serial Race ini biasanya di weekend sih karena kan kalo di weekday tuh saya sibuk kerja hahaha, jadi gak sempet. Tapi kadang kalo ada waktu luang juga saya nonton sih. Tapi keseringan baru bisa menonton ya di weekend sambil makan gitu atau nyemil.

P: hmm baik bu, lalu bisakah secara singkat bu nisa menceritakan alur cerita serial drama korea “Race”?

N: hmm apa yaa, ya itu sih penggambaran profesi public relations kalo di serial itu bagaimana, terus suka duka kehidupan pekerja kantoran yang memang dijalani sebagai seorang PR. Lalu konflik yang digambarkan juga beragam, menggambarkan perjuangan si tokoh perempuan itu untuk membuktikan bahwa sebenarnya ia layak diterima di perusahaan Seyong. Hmm apalagi yaa, yang aku tangkep sih itu ya mel, menceritakan public relations itu bagaimana, tantangan rintangan yang dialami perusahaan dan PR, aku itu suka ya film serial kaya gini yang memang membahas tentang profesi aku, aku juga sempet nonton yang queenmaker. Hm bagaimana sih perjuangan karakter cewe itu dari perbedaan di agency kecil hingga pindah ke perusahaan besar di korea, nah ngegamarin perbedaan pola kerja juga kan tuh

P: hmm okee, ee bagaimana pendapat bu nisa mengenai alur cerita dalam serial Race?

N: Hmm alur cerita ya, pendapat pribadiku sih sebenarnya ini ya itu tadi kasih penggambaran tentang PR gitu, seruu sih cerita nya karena banyak konflik terus nyambung.. aku itu sedikit lupa ya nama karakter karakter nya cuman di race itu dia juga ngegamarin tentang PR digital, PR konvensional, jadi dalam satu perusahaan itu ada banyak tim PR yang terbagi. Lalu eee ada permasalahan internal juga yang dialami oleh perusahaan, isu negatif. Wah pokoknya serialnya complicated ngegamarin suka duka nya jadi PR

P: baik, dapatkah bu nisa menceritakan pesan yang menurut bu nisa ingin disampaikan dalam serial drama korea Race?

N: hmm pesan yang ingin disampaikan yaa mel apa yaa. Sebenarnya yang saya tangkep after saya nonton serial itu sih lebih ke membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan dan dibumbui dengan konflik konflik tersebut supaya menarik perhatian penonton. Terus ya dari pemeran utama cewe ini si saya nangkepnya ya sebagai PR dari agency kecil ke perusahaan besar ya harus survive sih jadi jangan gampang nyerah gitu loh sama tekanan atau permasalahan yang ada. memberikan gambaran juga kalau tugas PR diperusahaan itu gini loh, cara penyelesaian masalah seperti krisis dan manajemen reputasi tuh gini loh, permasalahan di bidang PR yang akan dialami perusahaan itu seperti ini, gitu loh mel

P: oke bu, lalu pertanyaan selanjutnya apa konflik yang disampaikan dalam serial tersebut?

N: apa ya konflik nya, bentar saya inget inget dulu yaa. Hmm konflik nya sih banyak ya seingat saya, karena ada konflik internal, konflik eksternal, isu yang merusak reputasi perusahaan, konflik internal nya seperti ada perebutan jabatan atau kekuasaan, lalu penurunan penjualan juga ya. Kalo di pemerintahan kita gak ada penurunan jualan begitu sih, jadi untuk hal itu saya gak bisa jelasin karena gak pernah alamin. Lalu adanya kecurangan juga, ya lebih menggambarkan konflik yang sering terjadi di PR sih seringnya ya citra perusahaan.

P: baik, lalu apakah bu nisa mengetahui bahwa serial drama korea “Race” salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations?

N: ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan ada penyampaian mengenai tugas dan fungsi nya, penyelesaian konflik pun itukan merupakan tugas dari seorang PR

P: baik, pertanyaan selanjutnya bagaimana pendapat Anda mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial Race?

N: hmm penggambaran mengenai konflik PR di Race ya ini sih yang saya tangkap bisa memberikan beberapa gambaran mengenai konflik apa saja sih yang dihadapi seorang PR, kalo di serial Race itu kan adanya manajemen konflik, krisis reputasi, konflik internal dan eksternal. Wah complicated deh ya jadi melalui serial ini pasti yang nonton akan langsung tergambarkan kaya ohh ini permasalahan yang dihadapi oleh PR, konflik nya ini dan mengatasinya seperti ini. menurut pendapat saya memang konfliknya seru sih ya haha karena menantang, ada mengenai citra perusahaan, lalu internal kaya karyawan nya gitu mell

P: oke baik, pertanyaan selanjutnya mengenai pengalaman bu nisa sebagai PR ya bu

N: Oh oke amell

P: pertanyaan pertama, bagaimana menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai public relation?

N: hm kalo pengalaman di bidang PR ini sejauh ini sih memang menurut saya ya sebagai PR di pemerintahan agak berbeda dengan bidang PR seperti di perusahaan atau agency. Sebelum menjadi PR ini saya juga pernah di media menjadi jurnalis dan waktu itu saya memang sempat pernah berhubungan dengan beberapa PR di perusahaan seperti pertamina kemudian di beberapa perusahaan kelapa sawit yang berhubungan dengan semua employee dan rata rata mereka memang rata rata pekerjaannya adalah humas ya menurut saya ada perbedaan yang mencolok sih cuman gamencolok banget sih memang sebagian besar pekerjaan dan tugasnya sama namun yaa saya ambil contoh misalnya kaya PR di perusahaan pertamina itu di pertamina biasanya mereka sebagai direktur komunikasi jadi kalo di pihak perusahaan itu lebih strategis karena biasanya ketika ada isu si PR pertamina itu langsung menjadi satu sumber yang patut ditulis sama media jadi sestrategis itu PR di perusahaan sedangkan kalo PR di pemerintah isu yang dilempar media akan mencari eee pimpinan daerahnya begitu, maksudnya kalo pemerintah daerah ya langsung dicari pimpinan daerah nya seperti walikota atau wakil walikota untuk menjadi sumber informasi utama jadi untuk apa ya namanya agak berbedanya disitu jadi gak sestrategis seperti di perusahaan begitu, jadi agak berbedanya kaya misalnya kalo di pemerintah kita tetap memberikan langkah langkah rekomendasi komunikasi untuk ke masyarakat tapi biasanya walikota atau pimpinan daerah lebih punya komunikasi sendiri karena mereka memang ada komunikasi pimpinan yang bisa olah mereka mereka untuk menghasilkan publisitas di media massa maupun media sosial jadi kalo selama disini yang saya rasa ya kita tetap melakukan pekerjaan pekerjaan yang reguler seperti mengolah semua berita berita yang ada di pemerintah kota tangerang selatan kemudian di publikasikan melalui media massa maupun juga melalui media sosial kalo disini ya jadi gak bisa jadi sumber informasi utama bagi media massa begitu kalo di pemerintah daerah. Kalo untuk dinamika itu sebagai PR itu memang harus tahu segala galanya apalagi kalo di humas pemerintah daerah kaya misalkan kebijakan program yang ada yang dinas itu kita harus tahu begitu misalnya ya terkait ya sekarang misalnya PPDB begitu kita harus tahu itu alurnya bagaimana tahapannya bagaimana gituu nantinya karena memang kalo dipemerintah daerah apalagi kalo saat ini kita kan di support gini kan dengan media massa dan media sosial nah itu media sosial makanya masyarakat ingin tahu ini mengenai program begitu kan di posting jadinya jadi kita sebagai PR bagaimana ya caranya supaya bisa memberi tahu masyarakat. jadi ya dari postingan tersebut bisa bikin masyarakat tahu mengenai PPDB jadi ya informatif juga gituu. Lalu apabila di sosial media mengenai postingan PPDB tersebut ada komentar yang memang bertanya ya kita harus bisa menjawab ya karena memang kita kan harus memberitahukan mengenai PPDB itu ke publik gituu jadi jangan takut atau pasif ya sebagai PR menghadapi publik, jangan merasa bahwa jadi PR itu sulit karena ya teknis banget gituu. Terus misalkan ada protes mengenai lampu jalan yang mati nah kita bisa langsung hubungi dinas terkait begitu mengenai laporan yang ada di sosial media

P: oke, pertanyaan selanjutnya. Bagaimana cara bu nisa melakukan management konflik dengan rekan kerja bu annisa dalam melakukan aktivitas Public Relations?

N: hmm manajemen konflik di internal yaaa saya rasa cenderung sedikit yaa konflik nya dengan teman teman karena kita bekerja secara tim gituu hand in hand gituu jadi semuanya saling membantu gituu kalo misalnya kaya pembagian untuk pengelolaan hubungan dengan media massa untuk berita yang ingin dipublikasikan biasanya mintai confirm nanti mereka akan apa memberitahu eee materi berita yang patut untuk di publikasikan ke media massa jadi sejauh ini sih belum ada konflik, kalo ada konflik ya pasti berada di konflik media gituu sih kaya salah bidang media begitu. Kalo manajemen konflik di eksternal itu juga saya rasa juga apa gak ada ya karena kan disini tuh sistemnya saling membutuhkan, jadi paling kaya simulasi simulasi kaya ini nih harusnya masuknya kesini, ya perdebatan kaya begitu saja sih kaya ini harusnya dibagian ini, nah nanti dari pihak lain akan memberitahukan bahwa seharusnya kaya gini loh, masalah ini harusnya diambil jalan tengahnya dan diskusikan, paling gituu sih. Tapi kalo misalnya project eksternal begitu pernah ee pemberitaan pemberitaan media massa yang waktu kasus kaya doa rosario itu nah itu kita diskusikan dulu dengan tim, kasus doa rosario itu yang viral di media sosial itu menjadi besar kan itu adalah kesalahpahaman saja dengan pihak yang disitu nah biasanya dari eksternal begitu dari tim PR memberikan rekomendasi tindak lanjut apa saja yang harus dilakukan gituu, nah biasanya PR itu bikin peta peta nya bentuk pdf apa saja point point yang akan direkomendasikan. Kira kira tindakan apa saja yang harus dilakukan pemkot tangsel dalam menangani kasus

yang viral gitu ya kalo di media sosial itu kan memang cepet viral ya dan siapa saja bisa lihat dan biasanya informasi nya juga cepat karena di media sosial siapa saja bisa komentar, memberikan cerita dengan versi sendiri sendiri, nah itu paling dari situ manajemen kitanya dari PR memberikan rekomendasi tindakan buat komunikasi apa yang perlu dilakukan dan siapa siapa saja yang patut memberikan pernyataan. kemarin kan dari walikota waktu itu untuk kasus ini ya semuanya di undang untuk kasus doa rosario ya semuanya diundang untuk audiensi duduk bareng, baik dari perwakilan mahasiswa, perwakilan komunitas orang timur di tangerang selatan, Polres orang kelurahan, kecamatan, RT RW yang waktu itu disebut sebut juga semuanya dihadirkan untuk bahas dan akhirnya bisa rekonsiliasi dan berakhir damai karena memang hanya terjadi kesalahpahaman saja selain itu juga waktu itu pernah viral di sosial media tentang angka perkawinan dan perceraian di usia muda di tangsel meningkat itu juga dari kita membahas dengan mengundang berbagai pihak kaya pengadilan agama, media, dan terungkap bahwa ternyata bukan tangsel saja begitu tapi daerah lain juga karena kan pengadilan agama tigaraksa itu dia membawahi kabupaten tangerang juga paling ya kaya konflik konflik seperti itu bersama sama meluruskan informasi apa yang patut untuk di informasikan dan di publikasikan di media sosial maupun media cetak.

P: oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana ibu annisa menanggulangi perbedaan pendapat dalam fungsi PR?

N: perbedaan pendapat ya hmm biasanya dengan pimpinan sih hehehe, mungkin biasanya kalo dengan teman ya dengan teman setim itu biasanya kita satu pemahaman gitu, satu pemikiran gitu dan biasanya saya sama teman teman lain juga misalnya kaya kasus kasus kemarin gitu kita satu pemikiran begitu kaya oh kita harus kesini sini, ohh kira harus begini begini gitu dan berbedanya biasanya dengan para pimpinan begitu, biasanya mereka pimpinan mungkin karena sudah biasa gitu, sudah lama berada di dunia pemerintahan, biasanya mereka umumnya langkah langkah penyelesaian nya berbeda dan kalo dari kami dari teman teman itu biasanya memberikan saran gitu pada pimpinan syukur kalo memang ditindak lanjuti, kalo ditindaklanjuti biasanya pimpinan itu memberikan alasan nya gitu. Jadi palingan di cari jalan tengahnya dengan diskusi tim mel, cari jalan terbaik nya. Paling itu sih mell

P: hmm oke, pertanyaan selanjutnya dalam pengalaman bu annisa, bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak lainnya?

N: membangun dan memelihara hubungan yang baik yaa hmm apa yaa kalo sejauh ini kan memang tidak ada secara langsung gitu PR pemerintah itu karena syaratnya memang media massa itu biasanya langsung berhubungan dengan tim lainnya, kalo dari kitanya paling terkait dengan pemesanan advetorial begitu jadi hubungan dengan media massa itu disini biasanya adalah kita menetapkan berita berita yang ingin di publikasikan ke media massa itu nah itu biasanya hubungan nya lebih ke sifat B2B bisnis to bisnis. Nah jadi membutuhkan untuk reputasi ya kita memesan istilahnya mengenai slot berita gitu nah dan apa yaa ee istilahnya membayar ya media massa untuk yang mungkin untuk mengelola hubungan baiknya paling biasa bernegosiasi sih dengan mereka, kalo misalnya sudah ada keakraban dengan media ya kaya bisa dong ditambihin slot pertambahan slot berita gitu biasanya dari yang mereka tawarkan misalnya cuman satu nah kita minta tambah tambahan slot begitu dengan harga yang segitu sejauh itu sih mengelola hubungan dengan media. Untuk sumber beritanya Nah itu yang saya bilang di awal bedanya itu dengan perusahaan, si pihak perusahaan kan langsung jadi informan utamanya gitu kan nah kaya pertamina tadi kaya misalnya ada isu BBM naik nah si PR pertamina itu tentu dia bisa jadi sumber informasi pertama gitu, nah kalo disini kan engga gitu. Jadi kalo PR nya ya kita mengalami memang menempatkan berita berita kita dengan slot slot mereka gitu

P: baik, lalu pertanyaan selanjutnya apa yang menurut bu annisa menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?

N: tantangan yaa hmm lebih ke media sosial sih, karena ya itu yang sudah saya sebut tadi kan media sosial itu informasinya itu sangat bias begitu maksudnya ee untuk kasusnya itu tadi doa rosario itu kalo saya menampakkkan diri jadi netizen saya bisa saja nyalahin ketua rtnya begitu tapi kalo misalnya kalo saya teman saya yang lain misalnya bukan teman humas ya teman saya gitu dia pasti akan nyalahin mahasiswa nya karena bikin gaduh gitu kan karena memang kita tidak berada di tempat itu jadi fakta fakta yang memang harusnya kita tahu kan kita cuman tahu dari ceritanya ini begini ceritanya itu begitu jadi informasinya bias begitu kalo di media sosial nah itu itu biasanya berkembang apalagi sekarang kalo bisa lihat itu kita kan hanya mengolah humaskota tangsel jadi satu ide kita tuh dimasukkan ke humas kota tangsel memang sih kaya dinas dinas lain itu pada punya akun instagram masing – masing kan tapi kalo humaskotatangsel itu kann semua informasi dimasukkan, nah itu kita hanya sendiri gitu kan sedangkan sekarang banyak banget akun akun di sosial media kaya tangsellife yang memang memiliki followers lebih banyak dari humas kota tangsel, kemudian wargatangsel, mereka suka sekali gitu ya kadang apa ya bertindak sebagai media istilahnya media massa, padahal kalo di media sosial kan kita gak tahu tuh media massa apa bukan kan tapi kan namanya warga ya karena dia lihat banyak followersnya, kemudian suka update informasi informasi yang kadang positif tapi ya lebih banyak negatifnya hehe biasanya menggiring opini untuk akun akun seperti itu nah itu menjadi tantangan kita apalagi kan kami mengelola istilahnya apa ya wajahnya kota tangsel gitu kan nah itu yang kaya sulit ya. Jadi ya tantangannya paling tantangannya di media sosial sih mell, karena sudah begitu banyak sekali ya informasi informasi palsu sedangkan kita harus mengcompare mereka buat media sosial.

P: hmm oke, bisakah bu annisa jelaskan tugas dan fungsi yang biasa bu annisa kerjakan sebagai Public Relations?

N: tugas dan fungsi nya sama kaya yang sudah saya jelasin di awal sih, jadi di subkordinator penyelenggaraan diseminasi informasi dan kemitraan komunikasi publik ini ada dua pekerjaan utama yang pertama itu adalah

mengolah konten dan merancang untuk ke media komunikasi publik terkait semua program yang dilakukan oleh pemerintah kota tangerang selatan lalu dikemas dalam bentuk berita maupun infografis ataupun video berita dan dipublikasikan melalui media sosial seperti instagram humaskotatansel maupun juga di kanal pemerintah kota tangerang selatan dan juga di website berita.tangerangselatan satu pekerjaannya lagi adalah mengelola hubungan relasi dengan media massa itu baik media massa cetak, media massa elektronik gitu. Kemudian dan juga dengan media online gitu baik media online seperti tribun, detik.com dan lain lain kemudian media online tangselpost paling itu sih mel biasanya tugas dan fungsi subkoor di PDIKKP. Jadi ya bikin release juga artikel juga gitu sih.

P: oke pertanyaan selanjutnya, bagaimana strategi yang bu annisa terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media?

N: hmm strateginya ya, strateginya memang biasanya hmm berita berita yang butuh dikemas itu kan kaya misalnya kemarin kita ada dari walikota dan wakil walikota itu kesulitan untuk pembangunan, lalu ada pengamatan informasi bahwa pemerintah kota tangerang selatan ini meliput beberapa penyalahgunaan fungsi di lingkup wilayah tangerang selatan, lalu juga ada pembangunan beberapa sekolah untuk sd negeri dan smp, dan juga pembangunan seperti bedah rumah gitu jadi bedah rumah itu rumah yang tidak layak huni menjadi layak huni, dan juga pembangunan septictank yang berfungsi sebagai sanitasi buat masyarakat jadi dari program yang itu nah biasanya kita ada pemilihan pemilihan tayangan kaya apa saja kecapaian kecapaian pembangunan dan juga prestasi penghargaan yang di terima kota tangerang selatan nah itu diliput dan biasanya untuk berita nasional. Ya pokoknya yang bersifat nasional itu kita sebar lagi lewat media media massa nasional begitu kemudian kalo yang reguler reguler seperti biasanya mah itu kita ke birokrasi, berita berita yang informatif gitu. Berita berita yang masif gitu biasanya. Kurang lebihnya gitu sih mel strategi buat menyebarkan informasi, yaa buat berita tapi kita kemas lagi supaya informatif

P: okee, pertanyaan selanjutnya bagaimana bu annisa menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR?

N: eee butuh respons cepat ya, itu seperti di media sosial itu mel kaya kasus doa rosario gitu kan itukan langsung viral begitu yaa lalu banyak banget yang bikin berita itu, kita kan ada grup whatsapp sendiri untuk subkoor ini koordinator ini gitu ya, nah mungkin dari kepala pimpinan atau kepala support begitu ya itu biasanya ayo kita riset dan cari tahu untuk berita ini kira kira apa yang perlu dilakukan gitu. Kita semuanya diskusi gitu, biasanya dari pimpinan dulu sih yang mulai kasih saran mengenai kasus itu jadi ya kita komunikasi tim dulu dan merespons membantu untuk meluruskan permasalahan tersebut

P: oke, pertanyaan selanjutnya apakah bu annisa terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan konferensi pers? Bagaimana peran bu annisa dalam hal ini?

N: hmm ohh iya itu kalo konferensi pers untuk pemerintah daerah itu sangat jarang ya biasanya ee langsung turun saja ke lapangan kaya kemarin peresmian pembangunan itu ada di kecamatan daerah tangsel, nah itu biasanya disitu dilakukan disitu sambil pak wali dan pak wakil itu sambil mengelilingi pembangunan pembangunan yang dilakukan disitu gitu jadi apa ya fotonya gak monoton di bentuk konfrensi pers, biasanya kalo konpers kan meja gitu di tata terus depan depan nya media media kan nah kalo kita engga seperti itu sifatnya gak seperti itu eee konpers itu paling setahun bisa kaya sekali dua kali ya kaya misalnya nanti ada marathon kan nah disitu ada konpersnya, konpers nya itu biasanya dihadiri dan diawali dari dinas pemuda dan olahraga. Cuma untuk mobilisasi media massa itu biasanya dari kita memang, kita mengundang media massa khusus untuk tangerang selatan di telegram itu nah itu paling diinformasikan disitu kalo memang dia ingin datang ke kontes marathon itu dan bisa disini paling ya itu tergantung dengan apa ya yang punya hajat lah. Jadi dispora yang ngadain konfrensi pers nya dari tim PR paling membantu mobilisasi untuk media massa nya saja gitu sih.

P: baik, kalo PR pemerintahan ini punya klien begitu gak si bu?

N: klien nya ya media massa sih, malah justru media massa nya klien in kita

P: ohh bedanya berarti kalo di agency kan punya klien begitu ya

N: iya harus ada yang di branding kan, kalo kita kan brandingnya branding pemerintahan kota sama walikota jadi gak ada klien yang perlu di branding jadi yang perlu di branding ya mereka hehehehe gitu. Bedanya PR agency ya itu

P: okee, pertanyaan selanjutnya. Bagaimana bu annisa membangun dan memelihara citra baik perusahaan di mata publik melalui pekerjaan PR?

N: Jadi ee karena orang Indonesia itu cenderung menggunakan media sosial untuk membangun citra baik itu di media massa itu jarang banget yaa kaya kurang gitu bahkan tv pun sekarang sudah mulai ditinggalkan jadi kami bersama tim membentuk citra positif mengenai humas tangsel itu melalui media sosial begitu ya melalui ig humas kota tangsel itu dari tim memang sebisa mungkin lah mengemas pesan atau postingan itu semenarik mungkin. Ya bahkan tadnya kan cuman sebelum 2021 masih bentuk foto ada berapa slide kemudian dibawahnya berita kita begitu berita rilisnya nah kalo sekarang sudah mulai dikemas berbeda gitu dibuat dengan berita video sekarang kan orang orang suka reels gitu kan karena males baca lebih suka melihat video begitu kan kaya di tiktok, nah cuman untuk di tiktok kita memang belum punya karena ya di instagram saja kita masih agak kewalahan ya gitu mengelola itu gitu lewat reels itu kita juga ada videografer nya misal kaya kemarin peresmian peresmian itu dibuat voice overnya jadi biasanya kan masyarakat maunya dengerin ajaa begitu gak mau baca dari dengerin itu kita tau tuh berita berita ada apa saja sih gitu mel paling, ya paling citra positif nya di media sosial saja sih mengenai postingan postingan dan kalo di terpa isu negatif itu

biasanya tergantung masyarakat dan untuk isu negatif yang besar nya sih engga ya gak pernah, yang saya tahu kan dari teman teman daerah lain begitu tanggerang selatan itu sebagai kota yang maju gitu. Citra baik nya juga kita bikin program program yang membuat masyarakat kagum atau mendapat pandangan positif gitu. kan yang saya tahu gitu pandangan orang orang tapi biasanya ya itu tergantung di media sosial itu akun akun yang berperan seolah olah sebagai media massa padahal bukan media massa ya kan mereka hanya bikin akun, karena siapapun bisa bikin akun kan dan tiba tiba followersnya banyak kemudian menginformasikan hal hal yang membentuk opini negatif ke pemerintah kota tangerang selatan gitu kan jarang update berita positif nya kaya misal lampu jalanan mati nihh tangsel telat, nah biasanya gitu tuh akun akun media sosial gitu jadi membawa opini publik bahwa pemerintah tangsel ini telat gitu padahal ada tuh foto dimana bagian bagian dinas terkait itu melakukan perbaikan lampu di tangsel ini seperti itu mel

P: oke, pertanyaan selanjutnya dalam pengalaman bu anisa, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana bu anisa mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?

N: kalo persaingan dengan pemerintah lain ya gak ada sih sebenarnya, karena punya penilaian masing masing justru malah nganggap nya bukan persaingan kecuali memang biasanya kan kalo PR PR atau humas humas itu ada namanya APRI atau ikatan humas pemerintah begitu nah paling dari situ suka ada lomba lomba pembuatan konten atau pembuatan artikel artikel dari situ sih baru persaingan, lomba lomba gitu. Jadi kalo untuk mengatasi persaingan ya sebenarnya tergantung penilaian masing masing menganggap hal tersebut persaingan atau bukan begitu, kalo perlombaan ya paling persaingannya kaya begitu saja kalo persaingan setiap hari nya sih engga malah kita kaya jalanin saja, malah PR kota tangsel ini seringkali gitu liat konten konten media sosial pemerintahan lain gitu, yang dirasa menarik akan kita lakukan amati, kemudian tiru, terus modifikasi sedikit gitu mell.

P: hmm oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana menurut bu annisa sebagai PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR?

N: hmm menurut saya kalo yang ada kode etik gak cuman PR saja yaa karena setiap profesi itu pasti ada kode etik nya kan dulu saya sebagai jurnalis juga ada kode etiknya harus kode etik itu kan dibuat adalah untuk eee apa ya supaya profesi itu tetap pada jalurnya gitu. Kalo jurnalis dulu kan biasanya kode etik jurnalis itu dulu kan biasanya tidak boleh menerima bentuk hadiah atau suap apapun dalam pembuatan berita, kalo di PR kan kode etik PR adalah tentang ya kita memang untuk ngebranding kota begitu ngebranding pemerintah daerah begitu jadi yaa gimapun menurut saya memang harus mengacu pada kode etik itu karena kan ini terkait dengan profesi yaa dan memang harus profesional gitu.

P: hm begitu oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana menurut bu annisa representasi tugas dan fungsi public relations dalam serial Race? Apakah bu annisa melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan bu annisa sebagai public relations?

N: hm ya paling kalo kesamaan nya ya gitu mell, yaa bener kalo di race itu kan dia ada kaya ngelakuin tugas mengenai hubungan media dan penempatan media kan yang berhubungan baik dengan media massa maupun media online nah iya itu bener mel, yang di race itu bener ada lah pendekatan dan berhubungan dengan jurnalis itu bener mungkin dengan wartawan gitu, lalu melakukan publisitas itu melalui media sosial nah itu kan sama ya di serial race itu kemudian ee riset juga ya tim PR melakukan riset yang sama dengan yang ada di serial, kadang kita sampe turun ke lapangan buat riset, lalu bertemu dengan dinas dinas terkait nah dari yang saya tonton memang mirip tuh menurut saya dengan serial Race, paling ya perbedaannya ya karena itu dia kan di PR Joa itu bentuknya adalah agency yang artinya punya branding nya itu bermacam macam klien gitu kan nah beda beda biasanya, kalo kita kan yang perlu di branding nomor 1 ya itu pemerintah kota tangerang selatan gitu. Beda nya ya disitu saja sih mel, oh iya kalo di perusahaan PR nya itu memang tujuannya adalah membentuk citra supaya ada feedbacknya berbentuk profit gitu buat perusahaan itu, yang artinya kan hidupnya dari keuntungan perusahaan. Nah kan kalo di pemerintah kan tidak gitu kita bekerja memang untuk masyarakat yang artinya yaa sebenarnya yang tadi dibidang ya PR PR perusahaan gitu karena kita kan tidak mengejar profit tapi kita untuk pelayanan saja kemudian apa ya bedanya lagi kayanya lebih itu sih, untuk pekerjaan tugas dan fungsi lainnya ya kurang lebih sama seperti riset juga, hubungan media, publisitas buat media massa dan media sosial itu juga sama kemudian untuk management nya dan training karena kan kita memilihnya teman teman yang punya latar belakang, rata rata disini yaa sarjana lulusan ilmu komunikasi mel, teman teman saya disini berbeda kampus tapi sama sama jurusan ilmu komunikasi gitu. Jadi rata rata disini di training nya itu paling dikasih tahu tentang PR disini tuh ya terkait dengan urusan urusan media massa dan media sosial gitu, rata rata mereka sudah praktisi sih sudah berjalan sendiri. Ohh iya kalo kita itu sekarang mau ada pelatihan sih pemuda pemuda di selatan tuh anak anak pamulang gitu bagaimana menulis berita, bagaimana mengolah video atau foto gitu dan ada kegiatan lainnya. Jadi training nya atau bentuk pelatihannya begitu. Soalnya Indonesia dan korea beda juga sih, tapi tetap untuk tugas dan fungsi PR nya sama kok mel

P: oke baik, pertanyaan selanjutnya. Karakter utama yaitu ParkYoonjo di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut bu annisa cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut bu anisa apakah cara yang dilakukan oleh ParkYoonjo sudah tepat?

N: seperti yang sudah saya sampaikan sebelumnya untuk mengatasi krisis, biasanya saya dan tim disini justru kita malah bekerja sama gitu, kita disini semua satu tim jadi jarang banget ada krisis internal, kalo eksternal yang tadi sudah saya sampaikan ya mel. Kalo krisis internal sih jarang karena gak ada yang saling menjatuhkan

sih karena ya itu saling terkait satu sama lain. semua permasalahan yang ada tuh harus bisa dikomunikasikan dengan tim mel, jadi kita sama sama kumpulkan ide bagaimana caranya menyelesaikan situasi yang memang krisis, terus dalam manajemen reputasi yang kaya tadi saya sudah bilang kalo seharusnya sebagai rekan kerja ya jangan ada kesenjangan sosial gitu antar tim, kalo di serial kan memang adanya kesenjangan sosial ya antar tim nah justru itu akan semakin menambah krisis dan permasalahan. Jadi untuk reputasi PR di pemerintah kota tangel itu kita menunjukkan bahwa karyawan nya kompak jadi publik akan mendapatkan opini yang positif, lalu membuat program program yang sebelumnya sudah aku jelaskan yang dapat bermanfaat oleh masyarakat. kalau di serial sih menurut saya cara yang dilakukan untuk memperbaiki reputasi ya sudah benar dengan adanya program perekrutan tanpa kualifikasi itu ya, jadi dianggap perusahaan ini membantu atau membuat program untuk masyarakat yang memang tidak memiliki latar belakang yang sesuai begitu maksudnya kaya yang digambarin di serial Race, nah setelah program itu kita lakukan publisitas ini mengenai berita itu, kita kemas dengan baik mengenai berita tersebut supaya publik memandangnya positif, dan perusahaan dianggap peduli akan masyarakat kecil begitu. Jadi sudah tepat sih yaa menurut saya caranya, karena tiap perusahaan kan memiliki cara yang berbeda beda juga ya tergantung pelaksanaan nya dan kekompakan tim PR nya juga sih.

P: Pada serial ini juga menyoroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut bu annisa hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”?

N: hmm berhubungan baik dengan media itu wajar sih karena PR ini memang berhubungan nya kan sama media, sama jurnalis. Mau itu media massa maupun media online, PR pemerintah ini memang akan terusan berhadapan dengan media dan jurnalis gitu sih mel, kalo di Race kan memang itu berhubungan dengan klien ya jadi kalo di PR pemerintah ini bukan klien tapi lebih ke media atau dinas dinas terkait gitu. Saya juga masih berhubungan baik dengan teman teman jurnalis saya, misalnya makan siang bareng, atau ya ngobrol ngobrol mengenai berita, ide ide sebagai PR dan jurnalis. Kadang saya juga dikasih saran dengan teman jurnalis saya, jadi ya sharing saja sih, teman saya as a jurnalis saya as a PR pemerintahan begitu. Dia butuh saya, saya juga butuh dia. Masih saling berhubungan. Ketika saya nonton race ini memang menggambarkan sisi realitas PR di perusahaan yaa karena ya itu hubungan PR dengan divisi lain harus baik, dan yang dilakukan pemeran utama itu benar kok tetap menjaga hubungan baik apalagi dengan klien gitu mell

P: Dalam serial drama korea “Race” terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh Park Yoon-jo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut bu annisa praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan mereka?

N: hmm yang sudah tadi saya bilang mengenai kode etik profesi begitu ya. Kalo memang menghadapi situasi yang menantang moral dan etis ya komunikasikan dulu, sebagai PR tidak boleh melanggar kode etik PR, ini lebih ke personal diri sendiri sih, komunikasikan dulu dengan pimpinan mengenai hal yang kita rasa akan melanggar nilai moral dan etik, meskipun di dalam serial race ini seingat saya ada atasan yang memang meminta bawahannya untuk membuat rilis yang menyalahkan satu pihak saja ya, dan mengkambinghitamkan karyawannya, nah itu sih tergantung diri kita sendiri mengenai moral dan etis jadinya yaa hmm cara yang dilakukan atasan itu tidak humanis. Harusnya sebagai atasan melindungi dan memberikan support ya, kalo etik PR ya yang sudah saya jelaskan tadi sih. Di serial Race ini saya lihat juga masih ada pemeran yang tidak sesuai etik PR nya jadi permasalahan akan bertambah terus

P: Pada drama serial korea “Race”, karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat, bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana bu annisa menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR anda?

N: hmm ya kalo saya pribadi itu kalo dibandingkan dengan pekerjaan saya sebelumnya pas pekerjaan sebelumnya itu justru malah tentunya ada jadwal liburnya, ada jadwal libur tapi memang jarang sekali libur begitu maksudnya jarang jadi tetap masuk karena saya kerja di media. Nah kalo disini sebagai PR tanggal merah tuh sebenarnya gak masuk ke kantor tapi tetap bekerja dari rumah hahaha ya sama kaya si serial race itu apalagi kaya misalnya teman saya itu ya bahkan sampe malem itu apalagi kalo di telpon butuh informasi mengenai sesuatu gitu jadi apa ya gak ada waktu istirahat, gada waktu libur jadinya. Jadi paling kalo bener bener free dari pekerjaan itu mengajukan cuti, makanya orang orang bilang wah kerja di pemerintahan enak ya tanggal merah libur ya iya libur tapi gak ke kantor tapi tetap saja dirumah kerja begitu kan. Bahkan tim editingnya, video, foto ngedit terus dirumah masing – masing, nah makanya saya pikir wah ini enak jadi media dong dulu masih ada liburnya, kalo sekarang malah galibur jadinya hahaha gitu mell. Jadi ya sama kaya di serial Race itu, ada kan itu yang lagi weekend ditelpon jurnalis karena mau ada berita buruk untuk perusahaan, nah langsung gerak cepat buat kerja telpon tim, supaya berita tersebut tidak semakin viral, langsung buat pernyataan klarifikasi supaya nanti bisa langsung disampaikan ke publik. Untuk deadline waktu sih itu tergantung pribadi ya, mana yang harus diutamakan terlebih dahulu, biasanya kita sudah ada jadwalnya gitu mel. Kaya tugas ini hari ini, tugas ini hari ini, nah ditambah sama berita berita yang viral di media sosial. Kalo di serial race dengan kehidupan saya sih ya memang benar hari libur tetap bekerja hahaha

P: baik, pertanyaan selanjutnya bagaimana bu annisa membandingkan gambaran praktisi PR di dalam serial drama korea “Race” dengan pengalaman bu annisa sendiri dalam industri ini? apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut bu annisa dilebih – lebihkan dalam representasi tersebut?

N: hmm membandingkan gambaran ya mel, kalo yang saya tonton sih memang tugas dan fungsi yang dilakukan di Race ini sama sih sama yang saya jalani. Jadi ya ketika saya nonton itu memang merasa wah ini sama nih

kaya yang saya jalanin di PR hahaha. Kalo yang dilebih lebihkan menurut saya ya ada karena kan itu serial ya kalau cuman kehidupan PR saja tanpa ada suatu konflik yang biasa tentu tidak menarik penonton untuk menontonnya. Dari konflik nya, kesenjangan sosialnya, menurut saya itu berlebihan ya kalau untuk disini, tapi mungkin di korea itu hal yang lumrah atau hal yang biasa ya. Tapi kalo yang sesuai pengalaman saya sih memang sedikit perbedaanya mulai dari konflik, dan perusahaan, gituu sih mel

P: Serial drama korea ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. Dalam pengalaman anda, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana anda mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?

N: kaya yang sudah saya jelaskan sebelumnya kalo untuk persaingan di tim internal itu tidak ada karena bekerja bersama, lalu untuk PR pemerintahan juga tidak ada. persaingannya kalo lagi perlombaan saja sih haha. Ya kalo yang saya pahami di serial Race itu ada persaingan ya antara agency earthcomm, PR Joa dan agency lainnya, kalo di pemerintahan gak ada sih persaingannya. Kalo di perusahaan pastinya akan ada persaingan tersebut jadi ya berbeda dengan pemerintahan yang memang tidak ada persaingan. Karena setiap daerah punya keunggulan nya masing – masing mel

P okee gituu ya bu hehee,oke ini pertanyaan terakhir yaa bu. Apakah ada scene dalam serial drama “Race” yang secara khusus menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu? Bisakah bu annisa memberikan contoh dari scene yang menggambarkan hal ini

N: hmm kalo scene dalam serial Race yang menyoroti perlombaan dan perjuangan dan pencapaian individu sih dari yang saya lihat memang ada yaa, Race ini hampir sama dengan Queenmaker latar belakang perkantoran juga, nah saya suka itu queenmaker. Nonton race ini karena penasaran sih haha. Perjuangan nya ya pasti ada di karakter utama dan karakter lainnya berjuang buat mengatasi krisis, naik jabatan, menghandle brand,itu kan ada ya di Race dimana mereka berjuang supaya bisa menjadi yang terbaik di perusahaan. Nah kalo karakter yang kompetitif, berjuang begitu ya pasti ada disini juga ada yang inginn berjuang kompetitif, kalo saya justru senang karena saya gak kompetitif hahaha jadi justru malah jadi semangat dalam mengerjakan pekerjaan gituu dan selesai nya dikita nya jadi lebih mudah kalo buat saya. Orang kompetitif itu bukan karena penilaian juga ya, tapi saya gak masalah sih malah justru penilaian itu kan tergantung dari jumlah output yang kita hasilkan, biasanya kan ouputnya lebih banyak dari si kompetitif itu yaa jadi kalo saya pribadi justru senang orang – orang yang kaya gituu, karena saya sendiri merasa kebantu dengan si kompetitif itu hahahaha. Ya tiap profesi pasti ada lah yang kompetitif, bukan cuman di serial saja, jadi yang di serial race itu menggambarkan yang terjadi di dunia nyata mell hahaha

P: oh begitu bu hehe, oke aku mau makesure juga kalo memang representasi tugas dan fungsi di Race sama di kehidupan bu annisa itu sama yaa cuman bedanya tadi pemerintah sama agency saja yaa?

N: nah iya sama untuk tugas dan fungsi nya yang saya jalanin, kalo si agency itu kan ada yang kecil dan besar kan si kecil itu kan pasti butuh profit keuntungan supaya si perusahaan nya semakin besar ya jadi persaingan nya sangat jelas ya kalo disini kan kita tidak mengejar profit karena kan memang pemerintahan adalah fungsi utamanya adalah untuk melayani masyarakat nah kan untuk pelayanan masyarakatnya secara tidak langsung adalah dengan memberikan informasi informasi terkait program yang sudah dijalankan oleh pemerintahan gituu memang

P: oke baik, itu saja bu annisa. Terimakasih sudah bu annisa sudah bersedia di wawancara

N: iya amel, sama sama mohon maaf ya kalo ada salah kata,

P: Oke terimakasih ya bu annisa, saya akhiri ya zoom nya

N: sama sama amel, semangat yaa kerjain nya

Lampiran 7. Foto Bersama Informan



Lampiran 8. Open Coding Informan 1

OPEN CODING INFORMAN 1 (Alline)

Data informan

Nama Lengkap : Alline Setyana Darmawan
 Alamat : Jakarta Selatan
 Usia : 26 tahun
 Pendidikan : S1 Jurusan Masa Communications (LSPR Communication
 And Bussiness Institute)
 S2 Ilmu Komunikasi (Universitas Pelita Harapan)
 Pekerjaan : Public Relations Manager
 Perusahaan : PT. Multilateral Global Cahaya (Digital Agency Viral MGC)
 Lama bekerja di bidang PR : 5 tahun

Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 Mei 2024 dengan menggunakan aplikasi zoom pada saat wawancara informan.

Keterangan :

P : Putri Amelia Efendi

A : Alline Setyana Darmawan

No.	Personal View/ Refleksi Diri	Isi Transkrip Wawancara	Intisari/Keterangan	Kategori
1.	Peneliti memulai mempersilahkan informan untuk memperkenalkan diri	<p>P: Halo, Selamat malam kak Alline. Sebelumnya aku mau perkenalkan diri, aku putri amelia efendi mahasiswa semester akhir di Universitas Pembangunan Jaya. sebelumnya mungkin kakak bisa perkenalkan diri dulu mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili kantor, dan lama bekerja di bidang public relations. Silahkan kak</p> <p>A: oke, hmm makasih banyak amel untuk invitationnya semoga saya merupakan salah satu responden yang bisa membantu dari penelitian amel. Hmm salam kenal amel, nama saya Alline Setyana Darmawan biasa dipanggil Alline, hmm usia tahun ini 26 tahun, saat ini bekerja sebagai praktisi public relations atau public relations manager di digital agency namanya Viral MGC</p> <p>A: untuk pendidikan saat ini aku sedang mengambil kelas – kelas ilmu public relations saja sih, tapi untuk pendidikan nya aku S1 ambil di Jurusan Masa Communication, konsentrasi Broadcasting dan Jurnalistik itu di tahun 2014 – 2018 di LSPR Communication and Business Institute, lalu hmm untuk S2 nya di Universitas Pelita Harapan ambil jurusan Ilmu Komunikasi itu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di tahun 2022 – 2024. Hmm lalu untuk hmm tempat tinggal saat ini domisili nya di Jakarta Selatan karena dekat dengan kantor dan lokasi kantor aku saat ini di SCBD Astha. Mungkin itu saja, dan untuk pengalaman bekerja sebagai PR total 7 tahun di dunia komunikasi dan media lalu hmm untuk di bidang PR itu sendiri eee 5 tahun total dari public relations officer lalu ke specialist dan loncat lagi ke senior staff atau supervisor dan kebetulan sekarang jadi manager.</p>	<p>Penjelasan mengenai latar belakang informan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nama - Usia - Pendidikan - Tempat tinggal - Domisili kantor - Lama bekerja di bidang PR 	Latar belakang informan
2.	Peneliti memulai pertanyaan dan sedikit terbata – bata	<p>P: Oke kak aku mulai saja ya langsung pertanyaannya. Pertanyaan yang pertama ee “apakah kak Alline sudah selesai menonton serial drama korea “Race” dari episode 1 hingga episode 12?”</p>	<p>Informan sudah menonton Race dari episode awal hingga episode akhir dan terakhir menonton Race</p>	Serial Race

	dalam mengajukan pertanyaan	A: Oke, eee iyaa sudah selesai P: kalau boleh tahu “Kapan terakhir kak Alline menonton serial drama Korea “Race”?” A: hmm menonton serial drama Korea Race itu sudah lama sih ya sekitar 1 bulan yang lalu lah ya		
3.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan.	P: Oke hmm, pertanyaan selanjutnya “bisakah kak Alline ceritakan secara singkat mengenai alur cerita dalam drama korea “Race”?” A: okee hmm. Jadi yang cowo ini kerjanya di agency yang cukup besar, cukup ternama di Korea. Sedangkan yang cewe ini kerjanya di Agency yang so so cenderung kecil lah, jadi dari segi beban kerja itu beda jauh banget dan hmm dari jenjang karir mereka, dari brand yang ditangani, company yang ditangani itu jauh banget berbedanya. Nah akhirnya, long story lalu banyak juga lah intrik intrik dan konflik konflik yang terjadi namun juga hmm permasalahan yang kena perusahaan yang tentunya juga melibatkan permasalahan permasalahan public relations itu sendiri dan menyurutnya itu lebih ke eksekutif eksekutif perusahaan yang cukup problematik lah. Nah tapi untuk serial nya si so far ya berjalan dengan baik baik saja ya happy ending	Informan mengetahui tentang alur cerita serial Race	Serial Race
	Peneliti terlihat ingin tahu lebih jawaban dari informan	P: pertanyaan selanjutnya “Bagaimana pendapat Kak Alline mengenai alur cerita dalam serial Race, apakah sesuai?” A: kalo sesuai sih menurut ku sesuai, aku itu awalnya ingin nonton karena drakor ini itu kayanya ngupas tentang PR begitu, seru begitu aku kan ingin tahu ya dari hmm prospektif mengenai profesi aku itu seperti apa kalo diangkat di drakor	Informan menjelaskan pendapat mengenai alur cerita Race	Serial Race
4.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: Hmm oke baik kak, pertanyaan selanjutnya ya kak “Dapatkah kak Alline menceritakan pesan yang menurut kak Alline ingin disampaikan dalam serial drama korea “Race”?” A: Hmm sebenarnya kalau yang aku tangkep ya dari drama Race ini lebih ke keilmuan PR yang kamu gak kepikiran bakal kepake sih sebagai praktisi PR itu kamu sudah punya pakem pakem begitu loh kalo untuk kerja di perusahaan. Dan menurut aku juga Race ini lebih mau ngegambarin ke penonton nya bagaimana sih tugas nya PR, or fungsi nya PR untuk sebuah company, brand atau apapun.	Informan dapat menjelaskan pesan yang disampaikan dalam serial Race	Serial Race
6.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: baik kak, nah setelah nonton serial Race ini, pasti kak Alline bisa tahu kan apa saja konflik yang disampaikan. Nah “menurut kak Alline itu apa saja sih konflik yang disampaikan dalam serial drama korea “Race”?” A: Menurutku sebenarnya konfliknya klasik dan itu sering banget terjadi di perusahaan – perusahaan manapun yang membutuhkan atau memperkerjakan para praktisi PR dan rata – rata itu memang a top level management yang punya issue entah isu nya ada kepentingan perusahaan sendiri, atau isu nya ada pembagian keuntungan yang mungkin kurang fair atau kurang – kurang kaya sekarang tapi hm itu itu memang terjadi sih kalau untuk permasalahan permasalahan yang ada di serial Race itu beneran terjadi lah di dalam kehidupan kakak, dan hm di dalam karir track nya para praktisi PR.	Informan dapat menceritakan dan menjelaskan konflik di dalam serial Race	Serial Race
7.	Peneliti masih terlalu kaku dalam mengajukan pertanyaan	P: Oke, pertanyaan selanjutnya “Apakah kak Alline mengetahui bahwa serial drama korea “Race” ini salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations?” A: ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, Agency itu itu terkenal kok maksudnya apa ya budaya nya itu bener bener secepat itu hm dalam handle proyek and another proyek, jadi bisa hm apa ya ada pengetahuan informasi dan konvergen lah bagaimana sih kalo kita kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.	Informan dapat menceritakan serial Race ini berfokus pada penyampaian pesan tugas dan Fungsi PR	Serial Race
8.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke baik kak, pertanyaan selanjutnya “Bagaimana pendapat kak Alline mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial Race?” A: kalo untuk konflik nya sendiri sebenarnya sih hmm dekat juga ya dengan para praktisi PR kaya yang sudah aku elaborate sebelumnya. rata rata praktisi PR itu bentrok nya hanya di top level management atau kalo misalkan di agency itu berhubungan dengan klien dan request – request dari brand hmm atau perusahaan itu sendiri yang lagi di handle atau teman – teman	Informan dapat menjelaskan penggambaran konflik serial Race	Serial Race

		media teman teman jurnalis biasanya itu itu saja problemnya praktisi PR mungkin ditambah dengan krisis ya, karena kan kita pasti ngalamin krisis tapi itu relate banget sih dan aku alamin juga dari karirku dari bertahun – tahun yang lalu.		
10.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: Oke, pertanyaan pertama ini “Bagaimana kak Alline menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai Public Relations?”</p> <p>A: hmm untuk jalani dinamika pekerjaan as a PR itu itu harus ezail banget sih, industri PR itu mungkin orang – orang liatnya pekerjaan yang stereotype nya adalah pekerjaan cantik begitu buat cewe – cewe yang oh hmm kamu rapih, kamu progress bgt tapi kenyataan dari apa yang aku pelajarin di kuliah di ilmu komunikasi di mascom yang juga mengarah majory nya ke public relations dunia PR itu keras banget hm dan ternyata lebih banyak praktisi PR cowo di dunia PR itu sendiri karena kamu harus yang pertama cepet kamu harus berpikir kritis kamu harus siap sedia dan kamu mm gada namanya sabtu minggu itu kamu apa ya ah aku gabisa di hubungi ini karena lagi weekend soalnya dari apa yang sudah aku jalanin as a PR praktisi krisis itu gak mengenal waktu, request dari klien kalo lagi handle klien itu gak mengenal waktu, dan kita harus selalu up to date dengan timeline itu terus kita harus hmm stay in timeline dan juga pasti informasi yang akurat begitu jadi itu sih kalo dinamika dari aku.</p>	Informan dapat menjelaskan tugas dan fungsi sebagai Public Relations	Praktisi Public Relations
11.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari Informan	<p>P: Ohh oke kak, pertanyaan selanjutnya. “Bagaimana cara kak Alline melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja dalam melakukan aktivitas PR?”</p> <p>A: kalo untuk manajemen konflik kebetulan karena aku belajar komunikasi bertahun – tahun, biasanya aku akan coba discuss discuss hmm kalo misalkan ini tergantung masalahnya ya seberapa besar dan seberapa berat begitu masalah tersebut. Kalau harus diselesaikan saat itu juga dan urgent, aku prefer untuk one on one session. Jadi kita ngobrol dan kita itu bisa menyampaikan pendapat atau apasih opini lo begitu, apa sih yang membuat lo berat begitu apa sih yang jadi challenge yang bisa kita selesaikan bareng bareng.</p>	Informan dapat menjelaskan cara manajemen konflik dalam aktivitas PR	Praktisi Public Relations
12.	Peneliti ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: nah “bagaimana sih cara kak Alline menanggulangi perbedaan pendapat dalam tugas dan fungsi public relations?”</p> <p>A: iya, sebenarnya menjadi praktisi PR itu harus siap mendengarkan banyak perbedaan pendapat tapi harus bisa decision making pendapat mana yang kira kira paling make sense untuk kita implementasikan. Perbedaan pendapat itu pasti ada, cuman hm diantara perbedaan itu kita cari jalan tengah yang sekira nya balance dan banyak poin poin yang keangkut.</p>	Informan dapat menjelaskan cara menanggulangi perbedaan pendapat	Praktisi Public Relations
13.	Peneliti masih terlalu kaku dalam mengajukan pertanyaan	<p>P: oke, pertanyaan selanjutnya dalam pengalaman kak Alline sebagai public relations “bagaimana cara terbaik ee kak Alline untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak terkaitnya?”</p> <p>A: media itu pasti butuh banget bantuan hmm publikasi atau materi press kit dari PR untuk ngelead artikel mereka pada hari itu jadi cara aku memaintance jurnalis adalah aku gak hanya menganggap mereka sekedar oh mereka dari media oh mereka dari jurnalis, oh mereka press partner begitu tapi aku menganggap mereka itu lebih dari itu, aku ngetreat mereka itu aku inget keberadaan mereka, hm untuk company misalkan aku lagi merepresentasikan company PR aku akan coba kirim kirim media kit, parcel di hari hari tertentu, ini bukan termasuk gratifikasi tapi hm kita pasti itu disebut company biasanya siapkan budget untuk media media partner prioritas kita, dan kita bisa kirimkan itu ketemu teman untuk menjaga relasi dan hubungan baik antara company dengan teman – teman media, biasanya begitu sih.</p>	Informan dapat menceritakan cara memelihara hubungan yang baik dengan media	Praktisi Public Relations
14.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: “Apa yang menurut kak Alline menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?”</p> <p>A: hm mungkin tantangan terbesarnya adalah karena aku perempuan dan dunia PR itu adalah dunia dimana kamu itu harus standby dan bener bener up to date dengan company apapun atau klien manapun yang kamu lagi representasikan, yang lagi kamu handle. Kamu bener bener harus tahu banget banget aspek pemberitaan yang mungkin bahkan bukan ranah kamu,. kadang itu di hari kerja even aku sudah kelar</p>	Informan dapat menceritakan tantangan di PR	Praktisi Public Relations

		jam kerja eh tiba tiba ada sesuatu ini kaya harus aduh bikin presscon segera, aduh harus segera distribusi rilis, aduh harus segera bikin standby statement karena bakalan ada isu yang harus di klarifikasi. Itu sih yang challenging karena kan mm untuk perempuan itu biasanya ada pikiran untuk ah mungkin agak calmdown sejenak di karir.		
15.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: baik, pertanyaan selanjutnya “Bisakah kak Alline menjelaskan tugas yang biasa kak Alline kerjakan sebagai public relations?” A: kalo untuk tugas day to day sudah pasti ya membuat pressrelease, lalu standing pressconference. Karena kebetulan di digital agency itu kita bikin presconference nya itu inhouse, presscon dan mediagathering itu hampir sama kita undang teman – teman media lalu kita audience nya bareng, silaturahmiya bareng, nah itu itu yang challenging karena dari agency itu kita bikin hm prescon inhouse jadi tentunya ada banyak keterbatasan, itu lah yang perlu nya itu disitu, terus kalo hal – hal lain yang pastinya adalah request – request press material yang tertulis seperti hm factsheet, atau artikel. Artikel dan press release kan beda ya beda dari segi bahasa dan penulisan, hmm pendistribusian nya ke media itu juga beda, mungkin itu yang hmm jadi day to day. Lalu pastinya beraudiensi juga dengan rekan – rekan dari pemerintahan, dari kementerian, rekan – rekan media dan jurnalis pastinya lalu hmm handling juga untuk publikasi bukan cuman media online dan digital tapi teman – teman ada digital pres yang pasti ditreatmen berbeda. Dan yang pasti paling penting mengenai management krisis itu butuh strategi yang bener bener tricky cepet, hmm execute karena kalo gak bisa bad buat company.	Informan dapat menjelaskan tugas sebagai PR	Praktisi Public Relations
16.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: pertanyaan selanjutnya, “bagaimana strategi yang kak Alline terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media?” A: hmm strategi sebenarnya sih standar ya emm kita drafting pressrelease terus kita distribusin ke teman teman media lalu hmm kita sebar rilis itu namun sudah disetujui oleh hmm narasumber yang dikutip yang jadi informan, atau memberikan statement dalam memberikan pressrelase tersebut. Lalu mungkin kita koordinasi sedikit lah dengan teman teman media terus regulation untuk menerbitkan pressrelease as artikel itu seperti apa biasanya begitu sih kalo untuk penyebaran informasi kepada media.	Informan dapat menjelaskan strategi dalam menyebarkan informasi	Praktisi Public Relations
17.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: Oke lalu pertanyaan selanjutnya “Bagaimana kak Alline menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR?” A: hmm untuk nanganin sesuatu yang cepet butuh respons itu adalah dengan standby ya, standby dan kita juga punya tim PR yang ngajak dan kita bekerja sama yang baik antar tim jadinya kalo ada koordinasi yang membutuhkan apapun itu related to PR hm cepet realtime entah itu informasi entah itu koordinasi, kerja sama susun rilis hmm ngonsep media gathering atau presscon atau apapun itu yang urgent kita sudah bisa ready to go	Informan dapat menjelaskan cara menangani situasi sensitif di PR	Praktisi Public Relations
18.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: lalu pertanyaan selanjutnya “Apakah kak Alline terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers? Bagaimana peran kak Alline dalam hal ini?” A: aaahh iyaa, terlibat tentunya karena sebagai praktisi PR kita itu harus bisa handle bahkan mengorganisir pressconfrenc tapi mungkin yang beda adalah beban pekerja dan segi tanggung jawab nya ya dari awal aku dari PR officer itu pressconfren yang aku kerjakan memang one man standing jadi hmm di desain sendiri tapi dari segi skala pun itu beda. Lalu kalo semakin naik tingkat jabatannya biasanya itu lebih banyak di supervisi jadi kita lebih bisa ke sign man power	Informan dapat menceritakan peran nya dalam konferensi pers	Praktisi Public Relations
19.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke, pertanyaan selanjutnya “Bagaimana kak Alline membangun dan melihat citra baik perusahaan atau klien kak Alline di mata publik melalui pekerjaan PR?” A: kalo untuk bangun reputasi pastinya kita harus tahu dulu, pahami dulu karakter hmm dan juga USP dari masing – masing brand atau klien atau company yang kita representasikan atau kita lagi handle begitu, setelah itu bisa explore angkat value value yang	Informan dapat menjelaskan mengenai membangun dan memelihara cita perusahaan di mata publik	Praktisi Public Relations

		<p> mungkin banyak orang belum tahu dan kita pastinya hhm harus membuat image image yang positif, pemberitaan pemberitaan dan publikasi yang positif untuk terus mimpin image positif dari company yang kita handle.</p>		
20.	<p>Peneliti masih terlalu kaku dalam mengajukan pertanyaan</p>	<p>P: oke baik, ee selanjutnya “dalam pengalaman kak Alline, seberapa sering sih persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana kak alline mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?” A: persaingan sih menurutku, hhm gatau ya aku jarang menganggap praktisi pr lain itu sebagai saingan karena di dunia yang semakin advance yang makin butuh profesi PR justru lebih menguntungkan bagi kedua belah pihak kalo hhm kalo para praktisi PR ini itu berjaring atau netmarketing karena banyak banget informasi yang bisa di share</p>	<p>Informan dapat menceritakan mengenai persaingan di praktisi Public Relations</p>	<p>Praktisi Public Relations</p>
21	<p>Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan</p>	<p>P: Oke pertanyaan selanjutnya “bagaimana menurut kak Alline praktisi PR ini dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral atau etis dalam pekerjaan public relations?” A: sebenarnya hhm ini itu agak tricky karena kadang kadang kita sebagai PR itu pasti punya prinsip yang kita pegang teguh tapi mungkin berseberangan atau berlawanan dengan apa yang kita representasikan seperti company, institusi, brand dan lainnya. Kalo menurut aku sendiri kalo untuk handling case case seperti ini kita harus bisa mendefined terlebih dahulu dan dari diri kita sendiri itu sudah bisa tahu mana yang jadi prioritas kita mana yang bisa kita dahulukan nilai nilai idealitas kita atau kepentingan perusahaan begitu.</p>	<p>Informan dapat menjelaskan untuk menghadapi situasi yang menantang moral</p>	<p>Praktisi Public Relations</p>
22	<p>Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan</p>	<p>P: oke pertanyaan selanjutnya “bagaimana menurut kak Alline representasi tugas dan fungsi dalam serial “Race”? apakah kak alline melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan kak Alline sebagai praktisi Public Relations?” A: Hmm kalo ini sih aku liat cukup banyak kesamaan ya karena kan hhm sama sama sebagai praktisi PR meski memang kalo di dalam drama bakal di bumbuin hal hal yang lebih ya lebih menarik lah untuk konflik drama itu tapi so far kalo untuk tugas dan fungsi PR in general serial Race itu sudah cukup merepresentasikan apa yang terjadi di industri PR.</p>	<p>Informan dengan tegas mengucap adanya kesamaan dan dapat menceritakan persamaan mengenai tugas dan fungsi dalam serial dan kehidupan nyata</p>	<p>Pemaknaan informan</p>
24	<p>Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan</p>	<p>P: oke kak, jadi di Race kan karakter utama yaitu Park Yoonjo di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut Anda cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut kak Alline apakah cara yang dilakukan oleh ParkYoonjo sudah tepat? A: hhm sebelumnya aku mau kasih tahu kalo tugas PR itu sebenarnya macem macem banget, nah untuk menjawab pertanyaan kamu sebelumnya, menurut aku sih sudah tepat yang direpresentasikan dalam drama</p>	<p>Informan dapat menjelaskan cara mengatasi krisis dan tegas mengucap setuju dengan cara penyelesaian ParkYoonjo</p>	<p>Pemaknaan informan</p>
25	<p>Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan</p>	<p>P: oke pertanyaan selanjutnya, Pada serial ini juga menyroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut anda hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”? A: hhm menurutku iya ya, karena kita sebagai agency dan klien handling kita pasti harus selalu kasih service supaya klien ibaratnya bisa retime ke kita sebagai agency dan kita bisa terus terusan handle klien tersebut makanya kita pasti bener – bener berhubungan baik dengan stakeholders atau klien klien tersebut sih.</p>	<p>Informan tegas mengatakan setuju dengan pendekatan klien dan dapat menjelaskan pentingnya menjaga hubungan dengan klien atau media</p>	<p>Pemaknaan informan</p>
26	<p>Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan</p>	<p>P: oke, pertanyaan selanjutnya “dalam serial drama korea Race ini kan terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh ParkYoonjo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut kak Allien sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan mereka?” A: banyak yang tadi sudah aku jelasin dan aku elaborate juga banyak banget hal hal yang bisa bikin ini tuh agak bentrok dengan moral prinsip dan etis, personal blog dari diri kita sendiri begitu, eee</p>	<p>Informan dapat menjelaskan ketika menghadapi situasi yang menantang moral dan etis</p>	<p>Pemaknaan informan</p>

		menurutku seperti yang sudah aku jelasin tadi kita harus bisa adjusting skill kita dan kapan kita mau mengedepankan prinsip diri dan kapan kita mau adjusting dengan cara cara yang rasional untuk ibaratnya menjalankan atau mengimplementasikan strategi PR yang sedang kita hadapi ini.		
27	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: Oke baik kak, pertanyaan selanjutnya “pada drama serial korea Race ini, karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat, bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana cara kak alline menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR?” A: hmm kalo menghadapi tekanan dan tenggat waktu mungkin awalnya itu susah banget ya dan tanggung jawab responsibility as a PR dari awal aku juga suka dengan bidang ini dengan industri ini jadi ya yang di race cukup menggambarkan bahwa itu PR banget loh yang jam kerja nya gak sesuai hehe	Informan setuju dan menjelaskan mengenai PR yang jam kerja nya tidak sesuai	Pemaknaan informan
28.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke, pertanyaan selanjutnya. “Bagaimana kak Allien membandingkan gambaran praktisi PR di dalam serial drama Korea “Race” dengan pengalaman kak Allien sendiri dalam industri PR ini? apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut kak Allien di lebih – lebihkan dalam representasi tersebut?” A: hmm kalo yang lebih lebihkan pastinya ada ya karena ini drama ya balik lagi hmm drama itu gak mungkin plek plekan kaya kehidupan nyata gak ada bumbu bumbu konflik yang menarik drama tersebut	Informan dapat menjelaskan pengalaman perbandingan gambaran PR di Korea dan di Indonesia	Pemaknaan informan
	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke dua pertanyaan terakhir ya kak. Nah serial drama korea ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. “Dalam pengalaman kak Alline, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi Public Relations? Lalu bagaimana kak Alline mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?” A: hmm menurutku kalo persaingan itu justru bukan dari bukan diciptakan atau terbentuk dari ekosistem kalo bersaing itu pasti kita bersaing ya kaya di seluruh aspek pekerjaan itu itu pasti ada saingannya	Informan dapat menjelaskan persaingan yang ada sesuai pengalaman informan	Pemaknaan informan
29.	Peneliti mengarahkan ke pertanyaan terakhir	. P: hmm oke lalu untuk pertanyaan selanjutnya apakah ada scene dalam serial drama korea Race yang secara khusus menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu? A: pendapat pribadi hmm untuk memilih company mana yang baik yang terbaik dari yang terbaik itu adalah yang sesuai dengan strategi PR yang mau direpresentasikan company mana yang bisa mewujudkan strategi PR tersebut yang paling sesuai dengan keadaan yang butuh di tangani dari masing masing company sendiri. Kalo untuk pribadi ya sesama rekan kerja, kompetitif atau engga sih aku engga yaa. Kalau teman se tim aku sih aku merasa memang mereka kompetitif dalam bekerja ya karena mau capai target gitu loh jadi ya harus berusaha	Informan dapat menjelaskan persaingan di dunia PR	Pemaknaan Informan
31.	Peneliti mengakhiri pertanyaan	P: oke baik kak, itu saja sih kak pertanyaan nya. Sebelumnya terima kasih banyak ya kak A: iya sama sama amel, boleh kok chat aku saja ya, kalo ada yang mau ditanyakan let me now ya melll P: baik kak, aku akhiri ya zoom nya. Terima kasih kak Alline A: baik sama sama amel.	Informan memberikan saran untuk menghubungi kembali kepada peneliti jika ada pertanyaan	Penutup

Lampiran 9. Open Coding Informan 2

OPEN CODING INFORMAN 2 (Raisa)

Data Informan

Nama lengkap : Raisa Zakiah
 Alamat : Rempoa
 Usia : 25 tahun
 Pendidikan : S1 Ilmu Komunikasi
 Pekerjaan : Konsultan Public Relations
 Perusahaan : Kandi Imaji

Lama Bekerja di Bidang PR : 1,5 tahun – 2 tahun

Wawancara dilakukan pada hari Sabtu, 01 Juni 2024 dengan menggunakan aplikasi zoom pada saat wawancara informan.

P: Putri Amelia Efendi

R: Raisa Zakiah

No.	Personal View/Refleksi Diri	Isi Transkrip Wawancara	Intisari/Keterangan	Kategori
1.	Peneliti memulai mempersilahkan informan untuk memperkenalkan diri	P: Halo kak raisa, selamat siang kak raisa. oh iya kak sebelum mulai kakak boleh perkenalkan diri terlebih dahulu, mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili kantor, dan lama bekerja di bidang PR. R: oke, halo amel perkenalkan nama aku raisa zakiah, usia 25 tahun, pendidikan nya itu berarti itunya ya jenjang pendidikan ya pendidikan nya itu S1 Ilmu Komunikasi pekerjaan nya sekarang sebagai konsultan PR tempat tinggal nya di Rempoa, domisili kantor di Jakarta Selatan. Lama bekerja di bidang PR itu 1,5 – 2 tahun.	Penjelasan mengenai latar belakang informan : - Nama - Usia - Pendidikan - Tempat tinggal - Domisili Kantor - Lama bekerja di bidang PR -	Latar Belakang informan
2.	Peneliti memulai pertanyaan dengan sedikit terbata – bata dalam mengajukan pertanyaan	P: Baik kak, langsung saja ya aku mulai ke pertanyaan nya ya kak. Pertanyaan pertama ini mengenai serial Race nya. Kalo boleh tahu kakak sudah selesai belum ya nontonnya? R: hmm aku sudah selesai menontonnya dari episode 1 sampai episode 12 P: ohh oke, aku mulai ya kak pertanyaan pertama. Apakah kak Raisa sudah selesai menonton serial drama korea Race dari episode 1 – 12? R: sudah P: Oh oke, pertanyaan selanjutnya kapan terakhir kak Raisa menonton drama Korea Race tersebut? R: Belum lama sih, mungkin sudah 2 minggu yang lalu lah ya	Informan sudah menonton race dari episode awal hingga episode akhir dan terakhir menonton Race	Serial Race
3.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: baik, selanjutnya bisakah secara singkat kak raisa menceritakan mengenai alur cerita dalam Korea Race tersebut? R: Ya paling kalo yang aku tangkep sih point nya itu suka duka kehidupan pekerja kantoran yang pertama nah kebetulan si tokoh utama nya ini kan bekerja sebagai seorang PR begitu kan jadi disitu dia eeemm film ini itu kaya menggambarkan dan menceritakan eee suka duka mereka menjalani karir sebagai PR dengan segala tantangan rintangan budaya organisasi yang berbeda beda, budaya perusahaan yang berbeda beda. Terus karakter ee atasan yang juga berbeda beda	Informan mengetahui tentang alur cerita serial Race	Serial Race
4.	Peneliti terlihat ingin tahu lebih jawaban dari informan	P: Oke, pertanyaan selanjutnya “Bagaimana sih pendapat dari kak raisa mengenai alur cerita tersebut?”	Informan menjelaskan pendapat mengenai alur cerita Race	Serial Race

		R: Menurut pendapatku pribadi ya sebenarnya kalo misalnya ditanya dari sisi konsultan itu si siapa tokoh utamanya ini kan dia kan pertama jadi konsultan di agency abis itu dia pindah kan jadi PR internal begitu loh, dia jadi PR internal perusahaan dia bergabung di tim internal perusahaan yang notabene nya sebenarnya agak berbeda sih skema bekerjanya kemudian apa namanya ruang lingkup pekerjaan itu sedikit berbeda begitu		
5.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: Oke, selanjutnya dapatkan kak Raisa menceritakan pesan yang menurut kak Raisa ingin disampaikan dalam serial drama Korea Race ini? R: hmmm ya intinya kalo aku liat sih sebenarnya mereka itu kebanyakan menyoroti bagaimana sih tokoh utama ini beradaptasi dari kerjaan yang lama kepada kerjaan yang baru begitu loh, jadi kaya aku lebih ditunjukkan kaya dia menghadapi berbagai macam masalah yang menurut aku sebenarnya gak begitu begitu banget maksudnya kaya di Indonesia itu gak seperti itu begitu loh kenyataannya ada perbedaan yang menonjol begitu antara di serial krisis itu itu maksudnya kaya wartawan atau media nya kaya kurang kerjaan banget kaya ingin musuhan mulu sama si Seyong	Informan dapat menjelaskan pesan yang disampaikan dalam serial Race	Serial Race
6.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: pertanyaan selanjutnya, selain konflik itu menurut kak Raisa konflik apalagi yang disampaikan dalam serial korea race? R: ya paling konflik seperti misalnya kaya dia eee apa namanya ada waktu dimana dia ada scene adegan dimana dia itu dipercaya buat presentasi ide nya kedepan apa namanya petinggi petinggi seyong begitu kan untuk strategi promosi tapi kemudian sudah ditentukan pemenangnya siapa begitu loh itu kaya menurutku disini kejadian tapi jarang, kalo disini itu lebih fair cara mainnya itu lebih fair ya kaya misalkan kita pitching terus ide kita memang bagus dan efektif terus promotif dan menjawab permasalahan begitu ya solutif lah ibaratnya itu itu pasti bakalan terpilih begitu loh dan menurut aku juga apa ya sebenarnya kalo kita lagi pitching pitching begitu sih gak sampe 3 pihak yang terlibat begitu loh kalo ini kan ada Seyong ada agency nya terus ada Celltics nya tinggal terima jadi gituloh	Informan dapat menceritakan dan menjelaskan konflik di dalam serial Race	Serial Race
7.	Peneliti masih terlalu kaku dalam mengajukan pertanyaan	P: oke pertanyaan selanjutnya, apakah kak Raisa mengetahui bahwa serial drama korea Race ini salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations? R: iyaa karena jujur saja isu isu yang diangkat itu isu yang sama ini sama yang lagi diangkat PR PR Indonesia yang lagi concern, praktisi praktisi PR Indonesia ini itu lagi concern banget sama ESG,	Informan dapat menceritakan serial Race ini berfokus pada penyampaian pesan tugas dan fungsi PR	Serial Race
8.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke, baik pertanyaan selanjutnya. Bagaimana pendapat kak Raisa mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial race? R: apa apa? Sorry bagaimana mel gak kedengaran tadi P: bagaimana pendapat kak Raisa mengenai penggambaran konflik realitas PR pada serial Race? R: kaya yang tadi aku bilang begitu loh kaya misalnya ada perselisihan antar petinggi petinggi eksekutif di Seyong kemudian ada apa sih namanya itu kaya begitu pemenang tendernya sudah ditentukan siapa begitunamanya aku lupa deh publisitas, strategi publisitas nya itu menurut bu eksekutif nya itu sudah kuno begitu sudah old kalo dipake jaman sekarang begitu kan sudah gak relevan lagi dengan zaman yang sekarang lebih refered itu ya kita seharusnya lebih bisa kreatif lagi begitu loh terus kaya kemudian konflik sama media yang awal – awal scene banget ya kan kaya aku itu bingung begitu loh kaya disana itu konflik sama media nya itu kaya terkesan media tuuh peduli banget sama perusahaan padahal sebenarnya engga kok, orang jurnalis juga kalo engga kita kejar kejar dia gabakalan peduli sama apa ya eee aktifitas kita kemudian program program dikantor kita gitu loh.	Informan dapat menjelaskan penggambaran konflik serial Race	Serial Race

9.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: hmm okee kak, pertanyaan selanjutnya ini mengenai pengalaman kak raisa di dunia PR. Jadi pertanyaan pertama bagaimana kak raisa menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas dan fungsi sebagai praktisi PR?</p> <p>R: kalo aku sih pertama kita persamain dulu ini persepsi kita sama klien kita jadi kita harus tahu dulu objektif nya apa key message nya apa, terus kemudian goals akhirnya apa sih yang mau dia iniin gituu, kalo biasanya itu dikantor aku tuh awareness, terus reputasi, manajemen krisis, yang kedua itu apa ya namanya kita harus bisa tetap ini si profesional dan memahami keinginan klien yang kaya walaupun kita sebagai konsultan disini tugas nya adalah memberikan dia eee masukan, input, arahan gituu ya untuk menyampaikan strategi komunikasi yang bener begitu tapi tetap saja kita harus dengerin maunya dia</p>	Informan dapat menjelaskan dinamika tugas dan fungsi sebagai Public Relations	Praktisi Public Relations
10.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: bagaimana cara kak raisa melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja kak raisa dalam melakukan aktivitas PR?</p> <p>R: karena sudah supportif jadi kita saling backup misalkan kaya eee apa namanya rekan kerja aku itu lagi kebingungan buat milih konteks buat ngundang media atau buat bikin apa namanya talking points dan sebagainya begitu ya itu tuh pasti kita tuker pikiran kita open banget dengan namanya diskusi gituu loh diskusi sama tim jadi kaya sudah saling support banget sih antara aku dan rekan kerja lain itu gak ada namanya egosentris</p>	Informan dapat menjelaskan dan menceritakan cara melakukan manajemen konflik dalam aktivitas PR	Praktisi Public Relations
11.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: baik selanjutnya, dalam pengalaman kak raisa, bagaimana cara menanggulangi perbedaan pendapat dalam fungsi PR?</p> <p>R: okee, kalo dengan tim rekan setim itu ya biasanya aku sih sudah punya opini yang sama ya sudah punya perspektif yang sama karena kita background nya sama sama PR. Kalo sama thirdpart dan sama media itu kadang kita perlu mengkomunikasikan lebih dalam lagi tentang kebutuhan kita itu ini loh urgensi nya seperti ini loh</p>	Informan menjelaskan cara menanggulangi perbedaan pendapat diantara internal dan eksternal perusahaan	Praktisi Public Relations
12.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: okee, pertanyaan selanjutnya. Dalam pengalaman kak raisa bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak terkaitnya?</p> <p>R: hmm ya kalo sama media sih jelas kita harus transparan, kita tuh harus kasih informasi sebisa mungkin yang apa ya namanya berbasis kan data berbasis kan fakta kemudian harus informasinya valid. Nah kalo sama pihak lainnya tuh kaya misalnya ohhh kaya aku ada pihak ketiga seperti komunitas jaman sekarang tuh kita gakaya hanya sama sekali berhubungan atau menjalin relasi sama media aja kita tuh juga sama komunitas sama regulator</p>	Informan dapat menceritakan cara memelihara hubungan yang baik dengan media dan memeberikan contoh sesuai pengalaman informan	Praktisi public relations
13.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: hmm ohh begitu ya kak, pertanyaan selanjutnya apa sih menurut kak raisa yang menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?</p> <p>R: tantangan terbesarnya karena kebetulan aku juga baru berusaha jadi konsultan ini kan baru beberapa bulan ini kan sebelumnya tuh paling kaya ngurusin nya media doang gituu hubungan sama media, ngurusin konten konten untuk media, tapi kalo sekarang itu tantangan terbesar itu ya karena sekarang PR itu gak hanya menjalin hubungan dengan media tapi banyak stakeholders lain yang kita harus payattention sama mereka gituu.</p>	Informan dapat menceritakan tantangan di PR	Praktisi Public Relations
14.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: pertanyaan selanjutnya, bisakah kak raisa menjelaskan mengenai tugas dan fungsi yang biasa kak raisa kerjakan sebagai praktisi PR?</p> <p>R: aku itu banyak sih sebenarnya relate juga sama mata kuliah mata kuliah PR yang aku pelajari di bangku kuliah ya, masalah untuk fungsi nya itu kita sebagai penyedia jasa kan kita itu pasti diminta sama klien bantuin klien buat merumuskan strategi komunikasi yang tepat kemudian membangun hubungan dengan pihak</p>	Informan dapat menjelaskan tugas dan fungsi yang dikerjakan Informan sebagai PR	Praktisi Public Relations

		pihak terkait stakeholder stakeholders yang bersangkutan dengan klien kita begitu ya. kita kaya ngelobby itu udh paling penting banget ya, ngelobby media, ngelobby regulator, ngelobby pihak pihak ketiga dan sebagainya itu itu sudah penting banget kemudian tugasnya juga harus dekat banget sama riset		
15.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: baik, pertanyaan selanjutnya ya kak. Bagaimana strategi yang kak raisa terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media? R: oke, jadi sebelum informasi itu disebarkan ke publik informasi itu harus banget akurat dan valid, kita gaboleh yang namanya merekayasa data, tahu channel channel nya nanti yang digunain saluran komunikasinya itu maunya apa, pesan yang diangkat, isu yang dibawa itu jadi bener bener kalo di PR strategi nya itu ya kita mempermainkan isu begitu	Informan dapat menjelaskan strategi yang informan terapkan dalam menyebarkan informasi ke media	Praktisi Public Relations
16.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: Lalu pertanyaan selanjutnya, bagaimana kak raisa menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR? R: hmm iya misalnya ini kaya balik lagi ya misalnya yang mau kita amplifikasi isu tentang sertifikasi halal gitu ya, eee maksudnya disini kan mungkin beberapa kaum non muslim gitu teman teman kita dari kalangan non muslim tuh tidak terlalu mendalami lah tentang sertifikasi halal karena mereka kan juga dari kalangan non muslim yang maksudnya kaya tidak aware dengan hal itu jadi kita tuh harus bisa si menurut aku kita harus bisa membangun narasi narasi yang lebih umum yang lebih awam tapi tetap ada esensi nya tetap memenuhi nilai berita tetap memenuhi konteks konteks yang kita ingin sampaikan gitu loh	Informan dapat menjelaskan cara menangani situasi sensitif dan informan dapat memberikan contoh penanganannya	Praktisi Public Relations
17.	Peneliti sedikit terbata bata saat menanyakan pertanyaan kepada informan	P: okee, tadi kan kak raisa bahas konfrensi pers ya, nah apakah kak raisa ini terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers? Nah peran kak raisa dalam hal seperti ini itu seperti apa? R: iyaa, kalo dibilang terlibat sih memang terlibat sih karena memang aku yang handle proyek ini dari hulu ke hilir nya, mau mengenalkan perusahaan, mau mengenalkan program itu engga presscon itu tuh balik lagi ke kebutuhan klien kita, misalnya dia mau memperbaiki reputasi, itu tuh butuh juga kan presscon, terus kemudiann menyerahkan yaa souvenir gitu ya namanya presskit, mediakit kalo pada saat hari H nya tuh kita sudah fokus ke pengawalan teknis, tapi kalo sebelum hari H tuh kaya mempersiapkan talking points dalam menjalin hubungan dengan media itu kalo di Korea kan di film Race dengan di Indonesia itu sangat berbeda, kalo dari korea itu mungkin karena budaya nya bebas ya walaupun kita sama sama budaya timur tapi kalo aku lihat itu kalo korea kaya lebih bebas saja kan kaya ada itu namanya agenda minum minum sama wartawan, minum minum sama reporter, begitu tuh ada kalo kita tuh gak minum minum tapi pendekatannya lebih ke ada acara perjamuan makan siang sama media tuh ada namanya media lunch itu	Informan dapat menceritakan dan menjelaskan peran nya dalam pelaksanaan konferensi pers	Praktisi Public Relations
18.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: jadi bagaimana kak raisa membangun dan memelihara citra baik perusahaan atau klien d mata public melalui pekerjaan PR? R: Iya yang pasti sih hmm apa ya kita juga harus liat dan menganalisis dulu situasinya ya kita harus pandai pandai melihat situasi gitu kan, tapi kalo untuk caranya itu biasanya ada beberapa tahapan sih gitu kan kalo yang pertama itu mungkin kita identifikasi dulu kira kira hal apa atau situasi apa yang bisa atau permasalahan permasalahan apa yang dengan perusahaan aku hadir itu bisa menjawab permasalahan itu	Informan dapat menjelaskan cara informan membangun dan memelihara citra baik perusahaan dengan program – program yang pernah dijalani informan	Praktisi Public Relations
19.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke pertanyaan selanjutnya, dalam pengalaman kak raisa ini seberapa sering sih persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana kak raisa mengelola dan mengatasi persaingan tersebut?	Informan dapat menceritakan mengenai persaingan yang terjadi di perusahaan, internal, klien dan brand	Praktisi Public Relations

		<p>R: ohh oke ya mungkin kita harus identifikasi, sebagai PR itu kita harus proaktif dalam menelaah menelisik gitu ya unik selling point USP dari perusahaan kita yang membedakan brand klien kita dengan brand kompetitor itu apa sih gitu kan, kedua kalo sama agency lain sih persaingannya bagaimana ya karena sekarang tuh di Asosiasi public relations Indonesia itu tuh sudah ada spesialisasinya masing – masing. Jadi kalo persaingan antar brand atau antar pelaku pelaku praktisi praktisi PR atau agency itu udahh engga ini sih engga apa namanya ga kompetitif sih karena malah kita saling kolaborasi gitu loh</p>		
20.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: bagaimana menurut kak raisa sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR? R: menurut aku yang penting kita balik lagi harus kembali ke etika ya walaupun aku sebenarnya juga gak hafal banget secara baku nya gimanaa kode etik PR cuman setidaknya kita punya pegangan, maksudnya kita tahu lah kalo kita itu terikat dengan kode etik gitu loh. misalnya kaya kita harus jujur dalam menyampaikan informasi gitu itu itu sudah paling penting kita gak boleh memperparah konflik dengan untuk mengambil keuntungan sendiri</p>	Informan dapat menjelaskan mengenai pentingnya menjadi PR yang taat kode etik PR	Praktisi Public Relations
21.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana menurut kak raisa representasi tugas dan fungsi public relations dalam serial Race? Apakah kak raisa melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan kak raisa sebagai praktisi public relations? R: ya kaya yang aku bilang tadi, ada perbedaan terletak di faktor budaya ya jadi budaya di Korea mungkin lebih bebas walaupun sama sama asia tapi mereka tuh aku rasa lebih fleksibel lebih bebas dalam menentukan cara cara ngelobby media, ngelobby klien, ngelobby atasan, ngelobby pihak pihak ketiga gitu loh jadi menurutku kalo di Indonesia itu kan kita terikat sama yang namanya norma budaya tatakrama begitu begitu kan nah itu sangat sangat penting lah jadi kaya gabisa tuh kaya kita ngelobby media dengan cara cara kaya yang minum minum kaya yang aku bilang cuman untuk budaya kaya minum minum terus kemudian memisahkan hubungan profesional dengan hubungan pribadi tuh juga itu sih jadi penting ya jadi kaya kita tuh harus bisa memisahkan maksudnya kaya diluar kita sama klien kita ternyata temenan tapi saat pada bekerja walaupun dia teman kita tapi kita tetap harus bisa profesional</p>	Informan dapat menjelaskan mengenai representasi tugas dan fungsi pada serial Race dengan kehidupan nyata, informan tegas mengatakan bahwa adanya perbedaan di cara lobbying dan budaya yang berbeda	Pemaknaan informan
22.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: oke selanjutnya, karakter utama yaitu ParkYoonjo itu kan di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene yang dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut kak raisa cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut kak raisa apakah cara yang dilakukan oleh ParkYoonjo sudah tepat? R: ohh jadi menurut aku ya transparansi kepada publik, jadi mungkin menurut aku ya manajemen reputasi Seyong setelah si ibu CCO nya dateng itu tuh jadi tertata banget, jadi terkontrol banget gitu ya jadi teratasi lah dari kehadirannya dia gitu ya, menurut aku manajemen reputasi yang terbaik ya dengan cara kalo misalnya kita sebagai corporate PR ya kita tuh harus menyatu dulu, harus kompak dulu, harus apa namanya saling memahami satu sama lain, saling support satu sama lain</p>	Informan dapat menjelaskan cara mengatasi krisis dan manajemen reputasi yang dilakukan di perusahaan informan dan informan memberikan contoh tentang mengatasinya	Pemaknaan informan
23.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: oke pertanyaan selanjutnya, kan pada serial race ini juga menyoroti ini pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi public relations. Seperti adegan disaat ParkYoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut kak raisa hubungan ini tercermin dalam</p>	Informan sedikit bingung mengenai hubungan antara CEO Earthcomm dan ParkYoonjo namun informan setuju dengan kedekatan PR dengan klien	Pemaknaan informan

		<p>hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam Race?</p> <p>R: menurut aku hubungan antara si ParkYoonjo dan Pak Seo ini ada hubungannya karena sebenarnya. Ya sebenarnya wajar sih kalo klien dekat sama PR karena kan memang kita pasti akan bekerja sama</p>		
24.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan mengenai pertanyaan konflik moral dan etis	<p>P: oke, pertanyaan selanjutnya. Dalam serial drama korea Race ini terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh Parkyoonjo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana sih menurut kak raisa sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata ini dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR?</p> <p>R: hmm oke menurut aku itu bukan cara yang bener sih, itu sisi gelap nya sih itu sebenarnya. Sisi gelapnya itu adalah ya kaya begitu jadi kaya mengkambing hitamkan orang yang dianggap lemah untuk menutupi atau meredakan krisis yang menerpa mereka begitu, menurut aku gak bener sama sekali. Meskipun aku gak terlalu hafal kode etik PR tapi kita tetap harus sesuai aturan dan tanya dulu ke atasan kita begitu sih</p>	Informan dengan tegas mengatakan bahwa hal tersebut tidak sesuai kode etik, PR harus bisa mentaati kode etik PR dan informan memberi tahu bahwa ia tidak pernah merasakan hal tersebut	Pemaknaan informan
25.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: oke pertanyaan selanjutnya. Pada serial drama race ini kan karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana kak raisa menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR?</p> <p>R: hmm tekanan yang pasti sih tentuin skala prioritas nya dulu ya kaya mana sih yang lebih urgent gituu misalnya kaya secara waktu yang paling mendekati deadline dan paling dekat untuk dilaksanakan itu adalah misalnya untuk klien A ohh yaudah mungkin kita mungkin put more attention nya lebih ke klien A. Kita selesaikan dulu kita bagi bagi tugas yang penting kita bisa jelas sih pembagian tugasnya jadi Kalo menghadapi tekanan itu, aku sih mostly sekarang happy happy saja yaa, gak merasa tertekan dengan tenggat waktu yang ketat apa segala macem karena mungkin suka dengan pekerjaan nya kali ya jadi aku merasa aku gak terbebani gituu loh</p>	Informan dapat menjelaskan mengenai deadline, tekanan dan jam kerja yang tidak sesuai yang dialami informan. Informan tidak merasa adanya tekanan dalam pekerjaan seperti yang ada di serial Race	Pemaknaan penonton
26.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: oke pertanyaan selanjutnya, bagaimana kak raisa membandingkan gambaran praktisi PR dalam serial drama korea race dalam pengalaman kak raisa sendiri dalam industri PR ini? apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut kak raisa dilebih – lebihkan dalam representasi tersebut?</p> <p>R: iyaa menurut aku dilebih lebihkan tuh iya sih yang di Race ya, yang di Race itu banyak sih kaya aku kesel banget sama atasan nya itu kaya boosy banget gituu loh kaya dia tuh kalo pengennya menempuh jalan pintas gituu ya biar cepet kelar krisis, sama sih kaya kita pitching ide terus kita bikin strategi campaign terus kemudian, pitching idenya pun gak seformal itu loh kalo di seyong kan formal banget kan pitching nya sampe presentasi pakai layar proyektor kita juga make sih tapi kita kan lebih fleksibel ya kaya bisa pakai zoom ya jadi kaya secara budaya organisasi tuh ada perbedaan</p>	Informan dapat menjelaskan perbandingan gambaran PR di Race dan di kehidupan informan. Informan berpendapat bahwa serial Race ini banyak yang dilebih lebihkan. Informan mengakui bahwa yang dilakukan pemeran utama di serial sejalan dengan yang dilakukan informan	Pemaknaan informan
27.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: oke pertanyaan selanjutnya ya kak, kan serial drama korea race ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. Dari pengalaman kak raisa, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana kak raisa mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?</p> <p>R: hmm oke kalo persaingan sih sejauh ini aku gak ada ya kalo sesama praktisi PR, kaya yang digambarkan di Race kan mereka bersaing untuk bisa naik jabatan ya, nah kalo yang aku alami sih gagitu, karena justru kita saling support saling bantu, saling sharing jadi kita bisa belajar satu sama lain dari pengalaman masing masing gituu. Dan sama kaya yang sudah aku jelasin sebelumnya kita ada strategi untuk perusahaan dan klien kita gituu</p>	Informan dapat menjelaskan bahwa tidak mengalami persaingan di kehidupan nyata sebagai PR	Pemaknaan informasi

28.	Peneliti mengarahkan ke pertanyaan terakhir	<p>P: oke pertanyaan terakhir ya kak, kan di scene dalam serial drama race ini kan menyoroti konsep perlombaan yang bukan hanya kompetitif saja diantara karakter utama dan karakter lainnya, nah melibatkan juga perjuangan dan pencapaian individu nya nah seberapa sering sih kak perlombaan atau persaingan diantara PR 1 dengan PR lainnya gitu lalu bagaimana sih cara kak raisa mengelola atau mengatasi persaingan atau perlombaan tersebut?</p> <p>R: ohh oke, jujur sebenarnya aku sih gak ada persaingan ya. Sama kaya yang sudah aku jawab tadi karena sudah gak ada waktu juga buat nunjukkin kalo kita lebih hebat siapa karena sudah kepeke energinya buat ya kita harus mengejar buat menyelesaikan pekerjaan kita harus bisa memastikan pekerjaan kita itu sesuai dengan ekspektasi klien sesuai dengan kemauan klien, terus sesuai dengan etika yang bener gitu jadi kaya kita sudah gak ada waktu buat saling unjuk mana yang paling hebat unjuk keunggulan begitu mana yang paling hebat mana yang paling tidak hebat begitu begitu jadi kaya sama sama fokus saja sih jadi kaya mengerjakan tugas tugas yang sudah diberikan</p>	Informan dapat menjelaskan bahwa tidak adanya persaingan yang terjadi di tim internal perusahaan informan sebagai public relations	Pemaknaan Informan
29.	Peneliti memberikan pertanyaan tambahan mengenai tugas dan fungsi PR	<p>P: oke jadi tugas dan fungsi public relations di Race sama di kehidupan kak raisa relate lah ya?</p> <p>R: iya walaupun ga sepenuhnya relate ya karena mereka itu kaya atasannya itu loh kaya maunya itu kabinhitamin anak buahnya, terus cara lobbying dengan media juga berbeda begitu, pendekatan sama media juga berbeda gitu.</p>	Informan menjelaskan bahwa tugas dan fungsi yang di serial Race ini sama dengan yang dijalani oleh informan namun informan mengatakan bahwa tidak semuanya relate karena adanya perbedaan pendekatan sama media	Pemaknaan informan
30.	Peneliti mengakhiri pertanyaan	<p>P: terimakasih banyak ya kak sudah meluangkan waktunya. Jika nanti ada yang ingin aku tanyakan, bisa aku tanyakan via whatsapp atau call ya kak</p> <p>R: iya amel sama sama, bolehh kok let me now ya kalo masih ada yang mau ditanyain</p> <p>P: oke kak, aku akhirin ya kak zoomnya, terimakasih ka raisa selamat sore</p> <p>R: sore amel</p>	Informan memberikan kesempatan untuk peneliti jika ingin menghubungi informan kembali	Penutup

Lampiran 10. Open Coding Informan 3

OPEN CODING INFORMAN 3 (Elin)

Data Informan

Nama Lengkap : Helinsa Rasputri
 Alamat : Jakarta
 Usia : 29 tahun
 Pendidikan : D3 Manajemen Perusahaan (Universitas Diponegoro)
 S1 Manajemen (Universitas Indonesia)
 Pekerjaan : Public Relations
 Perusahaan : Zipmex Indonesia

Lama Bekerja di Bidang PR : 3 tahun

Wawancara dilakukan pada hari Minggu, 02 Juni 2024 dengan menggunakan aplikasi zoom pada saat wawancara informan.

P : Putri Amelia Efendi

H : Helinsa Rasputri

No.	Personal View/ Refleksi Diri	Isi Transkrip Wawancara	Intisari/Keterangan	Kategori
1.	Peneliti mulai memperkenalkan diri dan mempersilahkan informan untuk memperkenalkan diri	P: halo, selamat malam kak elin. Sebelumnya aku mau ucapin terimakasih sudah bersedia untuk meluangkan waktunya Oh iya kak sebelum mulai kakak boleh perkenalkan diri dulu mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili pekerjaan, dan lama bekerja di bidang PR. E: okee, halo putrii kenalin aku Helinsa Rasputri ,ada putri nya juga hehe tapi biasa dikenal sebagai elin kaban. Usia ku 29 tahun pendidikan aku D3 Undip Manajemen perusahaan, S1 nya di UI Manajemen, kemudian pekerjaan nya saat ini aku sebagai copywriter sekaligus content lead di Fomomedia tetap jalanin PR juga tapi in freelance basis, kalo untuk PR sendiri aku pernah jadi PR selama 3 –4 tahun lah ya di PT. Zipmex Indonesia, 2 tahun setengah itu sebagai PR in-house kemudian saat ini kurang lebih berjalan sebagai PR freelance basis yang menangani BUMN tapi aku gak bisa sebut namanya ya, untuk domisili kantor dan tempat tinggal sama sama di Jakarta.	Penjelasan mengenai latar belakang informan : <ul style="list-style-type: none"> - Nama - Usia - Pendidikan - Tempat tinggal - Domisili kantor - Lama bekerja di bidang PR 	Latar belakang informan
3.	Peneliti memulai pertanyaan dengan sedikit terbata bata dalam mengajukan pertanyaan	P:apakah kak elin sudah selesai menonton serial drama korea Race dari episode 1 sampai episode 12? E: hmm sudah selesai P: Oke kak, lalu kapan terakhir kak elin menonton serial drama korea race? E: hmm kapan yaa, kayanya sih sudah hampir 1 atau 2 bulan yang lalu,	Informan sudah menonton serial Race dari episode awal hingga episode akhir dan terakhir menonton Race	Serial Race
4.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: okee kak, bisakah secara singkat kak elin menceritakan alur cerita serial drama korea Race? E.: Pokoknya si cewe ini tuhh kerja sebagai PR di agency kecil gitu tapi si cowo ini kerja di agency perusahaan besar, nah si cewe sama si cowo ini teman kecil atau teman waktu sekolah gitu. si Seyong ini ada krisis apa atau terkena masalah apa, kalo gak salah ya seingetku mengenai korupsi atau konflik internal deh kayanya, jadi tim PR di Seyong dan si cowo itu ngasih ide ke atasan nya buat bikin program perekrutan tanpa kualifikasi supaya nutupin krisis dari Seyong	Informan dapat menceritakan alur cerita serial Race mengenai konflik dan tugas fungsi PR	Serial Race

		gituu kan, akhirnya buka itu lowongan pekerjaan tanpa kualifikasi. dan banyak konflik – konfliknya. Cuman yang aku tonton sih memang gambarin tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan sih		
5.	Peneliti terlihat ingin tahu lebih jawaban dari informan	P: iya kak, oke pertanyaan selanjutnya bagaimana pendapat kak elin mengenai alur cerita dalam serial Race? E: hmmm alur cerita nya okee sih, seruu, tapi ya gituu konflik nya sebenarnya gak yang serius atau fatal banget. Kaya ya reputasi perusahaan, permasalahan internal, tapi itu dilebih lebihkan saja sih, dan menurutku karyawan di Seyong tuh pada bersaing buat naikin jabatan kan ya. Terus alurnya ya ngegambarin bagaimana sih tugas dan fungsi PR di perusahaan	Informan dapat menjelaskan pendapatnya mengenai alur cerita Race	Serial Race
6.	Peneliti terlihat ingin tahu lebih jawaban dari informan	P: oke kak, lalu pertanyaan selanjutnya. Dapatkah kak elin menceritakan pesan yang menurut kak elin ingin disampaikan dalam serial drama korea Race? E: pesan yang ingin disampaikan nya ini kaya adanya persaingan di tempat kerja jadi ngasih tahu ke kita bahwa di serial ini adanya persaingan di lingkungan kerja, karena seinget aku itu karyawannya memang bersaing untuk promosi, pengakuan dan juga berebutan untuk ngehandle proyek proyek penting ohiya sama ini perebutan jabatan. Terus kaya kita itu sebagai PR harus kerja keras dan penuh ketekunan Yaaa yang aku tangkep sih emangg mau ngegambarin dan sampein pesan bahwa PR itu penting loh, PR itu tugas dan fungsinya kaya gini loh.gituu siihhh	Informan dapat menjelaskan pesan yang disampaikan dalam serial Race	Serial Race
7.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke kak, lalu pertanyaan selanjutnya. Apa konflik yang disampaikan dalam serial drama Korea Race? E: waduh seinget aku sih konfliknya banyak ya, selesai satu konflik ada lagi konflik lain. tapi ya konfliknya menurut aku memang terjadi sih ketika menjadi PR, kaya mengenai manajemen reputasi, permasalahan internal, permasalahan publisitas, promosi atau event. Ya masalahnya sih sebenarnya memang terjadi dikehidupan nyata ya tapi yang di serial itu menurut aku terlalu berlebihan sih, kompleks kaya gambarin konflik adanya persaingan di internal diantara karakter utama dengan rekan kerja nya si cewe muda itu, terus ada juga gambaran tekanan dari atasan	Informan dapat menceritakan dan menjelaskan konflik di dalam serial Race	Serial Race
8.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke pertanyaan selanjutnya. Apakah kak elin mengetahui bahwa serial drama korea Race ini salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations? E: hmmm kalo itu menurutku sih iya, cuman serial race ini gak terlalu nampilin banget terus terusan mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantangan	Informan dapat menceritakan bahwa serial Race ini berfokus pada penyampaian pesan tugas dan fungsi PR	Serial Race
	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke kak, pertanyaan selanjutnya. Bagaimana pendapat kak elin mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial Race? E: Race ini itu ngegambarin konflik apa saja sih yang dihadapi oleh praktisi PR kaya manajemen krisis, hubungan media, etika, nah makanya drama ini tuh menurut aku bisa memberikan pandangan yang autentik dan kredibel tentang dunia PR begitu. Terus yang aku inget sih ya tekanan dari atasan yang dialami oleh seorang praktisi PR. Ya menurutku sih konflik yang digambarin memang konflik yang akan dihadapi oleh PR	Informan dapat menjelaskan penggambaran konflik di serial Race dengan jelas	Serial Race
9.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke baik kak, pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR? E: PR itu karena dia sifatnya berhubungan dengan manusia itu semuanya sangat fleksibel dan tidak bisa kaku yang kaya ini harus begini ini harus begini jadi dinamika itu semua masing – masing dinamika itu semua punya sisi nya masing tugas kita as a PR pertama kita itu adalah	Informan dapat menjelaskan dinamika tugas dan fungsi sebagai public relations. Informan menceritakan mengenai dinamika pekerjaannya dan informan dapat memberikan contoh dari pengalamannya	Praktisi Public Relations

		titik tumpu komunikasi jadi menjadi penting gitu, apa key message yang bisa memenuhi kebutuhan customer kita		
10.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: oke kak,kalo PR ini kan pasti berhubungan dengan departemen atau divisi lainnya ya kak, nah bagaimana si cara kak elin melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja dalam melakukan aktifitas PR? Nah kalo pun ada perbedaan pendapat bagaimana sih cara menanggulangi dari perbedaan pendapat tersebut?</p> <p>E: oke kalo untuk manajemen konflik sebenarnya itu sudah pasti ada ya cuman kan segala sesuatu yang namanya kita berhubungan dengan manusia itu semua ada levelnya konflik ini kan sekecil apapun bisa dikatakan sebagai konflik tapi levelnya seperti apa sebenarnya kunci dari PR itu adalah ngobrol, hmm apapun ceritanya PR itu ngobrol jadi ketika kita mengalami konflik antara rekan kerja ya kita ngobrol kita siapin waktu kita ajak mereka untuk call ya kita obrol soal ini yuk diskus saja diskusikan untuk dicari jalan tengahnya gitu</p>	Informan dapat menjelaskan dan menceritakan manajemen konflik yang terjadi dan cara menanggulangi perbedaan pendapat. Informan menceritakan pengalaman nya dan menjelaskan secara teknis dan detail apa yang dilakukan perusahaan informan ketika terjadi hal tersebut	Praktisi Public Relations
11.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: tadi kan kak Elin juga sempet bilang kalo PR itu harus berhubungan dengan media nah dari pengalaman kak Elin sebagai PR bagaimana sih cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media atau pihak – pihak terkait lainnya?</p> <p>E: okeee, jadikan mereka teman. Jadikan mereka teman mereka itu juga orang yang sama seperti kita tidak ada yang membutuhkan satu sama lain secara lebih perusahaan butuh mereka, mereka juga butuh perusahaan kita juga butuh mereka, kita butuh mereka untuk apa? Buat communicate segala sesuatu yang ada di perusahaan kita baik itu dari sisi produk atau dari sisi service</p> <p>P: kalo yang tiap PR itu itu cara ngelobby media nya kaya bagaimana sih kak, kalo di serial kan dengan cara ngajak minum – minum, ngajak makan begitu kak,kalo dari pengalaman kak elin itu bagaimana sih cara ngelobby medianya?</p> <p>E: kalo aku cara ngelobby media nya sebenarnya kalo untuk makan dan minum gitu itu seperti nya sama saja di Indonesia juga hal yang sama semua tergantung budget perusahaan masing – masing sebenarnya,nah biasanya kita ngapain biasanya kita ada acara minum minum gitu ada party party misalnya kaya gitu nah itu semua tergantung bener bener sangat fleksibel.</p>	Informan dapat menjelaskan dan menceritakan cara berhubungan yang baik dengan media. Menjelaskan bagaimana informan bisa dekat dengan media, melalui strategi pendekatan yang sering diterapkan oleh perusahaan informan	Praktisi Public Relations
12.	Peneliti terbata – bata dalam mengajukan pertanyaan ke informan	<p>P: ohh begitu ya kak, baik pertanyaan selanjutnya. Apa sih yang menurut kak elin yang menjadi tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations?</p> <p>E: menurut aku sebenarnya lebih kepada mungkin kita punya relationship yang kuat ya dengan media media yang cetak tapi media digital lebih cepet updatenya gitu. kita punya tim monitoring, punya monitoring yang per week, kita punya monitoring yang per day gamesti harus standby sih cuman kecuali krisis, kalo krisis memang harus standby tapi kalo misalnya untuk hal hal yang rutin sih monitoring</p>	Informan dapat menceritakan tantangan di PR mengenai media digital dan media cetak yang harus cepat responsif	Praktisi Public Relations
13.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: okee kalo aku boleh tahu mungkin kak elin bisa ceritain kalo kak elin itu kerja di PR itu nanganin apa saja sih? Ya tugas yang kak elin kerjakan sebagai PR itu bagaimana?</p> <p>E: kalo aku karena kita di inhouse jadi bener bener semuanya, semauanya dalam artian segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan itu semua kan harus ada komunikasi kepada user sekecil apapun itu dampaknya, jadi mulai dari misalnya sistem maintenance kalo ternyata mereka lagi ada maintenance. Yang kedua kalo ada perilsan produk berarti kita yang siapin strateginya nah kalo mediakit itu untuk media yang dateng sesuai dengan namanya jadi hanya untuk teman teman media</p>	Informan menjelaskan tugas dan fungsi yang dikerjakan informan sebagai PR, informan menjelaskan bahwa sebagai seorang PR inhouse mengerjakan semuanya	
14.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: okee kak, pertanyaan selanjutnya. Jadi bagaimana sih strategi yang kak elin dan tim terapin untuk mengelola dan menyebarkan statement atau informasi itu kepada publik atau media?</p>	Informan dapat menjelaskan strategi yang informan terapkan dalam menyebarkan informasi ke media	Praktisi Public Relations

		E: strategi nya sudah pasti kita communicate all the key, kita communicate the key message lewat channel channel komunikasi kita jadi komunikasi komunikasi itu bisa lewat sosial media kemudian untuk beberapa hal yang misalnya penting yang memang kaya launching atau finding nah itu kalo memang dibutuhkan kita pakai media jadi kita bisa kirim rilis pers.		
15.	Peneliti mencoba mengulang penjelasan yang disampaikan informan dan menanyakan kembali	P: ohh begitu kak, lalu pertanyaan selanjutnya kan tadi kalau lagi ada situasi yang urgent pasti ada monitoring ya nah bagaimana sih cara kak elin dan tim menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif public relations? E: okee kalo kita ngomongin soal monitoring, monitoring itu dilakukan secara rutin, mau itu ada kasus krisis atau tidak. tergantung krisisnya ini level nya seperti apa kalo memang level nya sesensitif itu ya berarti memang kita harus standby apa saja misalnya pertanyaan dari user kita, nanti kita harus obrolin dulu dengan tim gitu, jadi kaya aku bilang tadi dalam PR itu tidak pernah ada yang namanya one rules for all tapi yang terjadi adalah selalu setiap kali ada kasus apapun krisis apapun nah itu semua levelnya sama, kita selesaikan dulu di tim PR sesuai dengan efekey dan brief yang sudah ada	Informan dapat menjelaskan cara menangani situasi sensitif dan informan dapat memberikan contoh penanganannya	Praktisi Public Relations
16.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: pertanyaan selanjutnya apakah elin ini itu terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan event atau konferensi pers? Bagaimana peran kak elin dalam hal ini? E: kalo untuk acara itu biasanya end to end, kalo terlibat pernah juga kalo untuk konferensi pers dulu waktu kita ada launching crypto, perannya seperti apa perannya itu end to end dari awal kita bikin kita inisial meeting dulu kita kira kira mau bikin konsep seperti apa, apa objektif nya dari event ini kemudian kira kira journary nya akan seperti apa, kemudian budget nya berapa kaya gitu sih abis itu nanti kira kira apa saja kebutuhan nya siapa saja stakeholders nya yang harus dilibatkan dalam proses itu terus juga misalnya sudah ini sudah rampung ini strategi nya seperti apa keymessage nya apa, objektifnya apa, siapa yang ada disana, nah kemudian kita akan brief semua pihak pihak yang terlibat misalnya vendor set up oh kita mau bikin venue seperti ini, budgetnya sekian, tanggal sekian, kita nanti bakal ngecekin yaa kita akan ngecek ketika mereka loading, mereka set up sampe booth nya jadi nanti kita di event juga lihat ini kira kira berjalan dengan baik atau tidak, apa	Informan dapat menceritakan dan menjelaskan peran nya dalam pelaksanaan konferensi pers	Praktisi Public Relations
17.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke pertanyaan selanjutnya mengenai bagaimana sih cara kak elin dan tim membangun dan memelihara citra baik crypto atau klien di mata publik melalui pekerjaan PR? E: oke kalo memelihara citra baik itu kan yang pertama harus sesuai dengan regulasi yang ada, itu yang paling penting karena citra yang baik itu bukan Cuma di mata user tapi juga di mata pemerintah as a stakeholders kan jadi kita harus sesuai dengan regulasi dan undang undang yang ada tidak menyalahi ketentuan yang berlaku terus juga yang menjalankan. Dan tidak mengeluarkan statemen statement bersentimen negatif kaya begitu sih sebenarnya.	Informan dapat menjelaskan cara informan membangun dan memelihara citra baik perusahaan dengan program – program yang pernah dijalani informan	Praktisi Public Relation
18.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke pertanyaan selanjutnya, dalam pengalaman kak elin, seberapa sering sih persaingan itu menjadi faktor dalam praktis public relations? Lalu bagaimana cara kak elin mengelola atau mengatasi persaingan tersebut? E: oke kalo terkait persaingan menurut ku ga cuman di dunia PR ya, all company pasti juga ada persaingan misalnya naik jabatan dan sebagai macem itu sebenarnya di semua perusahaan ada, persaingan bisnis, antara satu bisnis dengan bisnis lain, kalo secara internal menurutku itu semua kembali kepada individu masing – masing si sebenarnya, karena kita gak bisa bilang bagaimana cara mengatasi itu menurut ku itu gak bisa diatasi, itu kalo dari sisi PR gak bisa diatasi. Nah kalo untuk persaingan eksternal ya itu kembali lagi seberapa bagus kita bisa pitching ide	Informan dapat menceritakan mengenai persaingan yang terjadi di perusahaan, internal dan brand. Informan memberikan statement bahwa persaingan akan selalu ada di All company	Praktisi public relations

		kita ya disana sudah main nya adalah strategi bagaimana strategi yang kita tawarkan apakah sesuai dengan perusahaan atau klien yang ingin kita gaet misalnya gitu kan terus juga ya main di lobby juga seberapa jauh kita bisa dekat atau bisa melobby as a PR ya kita gak bisa ngapa ngapain. Kita cuman bisa pitching dan kemudian kalo emmang levelnya sudah diatas itu ya mau gak mau ya yang main disitu bukan lagi cuman PR, yang main disitu ya harus selevel bagaimana mereka bisa mencari orang yang punya koneksi lebih kuat untuk melobby lisa dan manajemennya gitu nah saat itu kita salah start gitu.		
19.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: bagaimana sih menurut kak elin sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang memang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan nya? E: hmm kode etik PR yaa, okee as a context aku bukan anak PR aku bukan anak ilmu komunikasi jadi sebagai praktisi PR aku itu learning by doing, kalo di dalem kode etik PR jujur aku gak tahu kode etik PR itu bagaimana, tapi yang bisa aku tawarkan adalah selama aku menjalani PR itu ya kita tidak user blowing	Informan tidak terlalu mengetahui kode etik PR dan informan tetap selalu menjaga kode etik agar tidak merusak citra perusahaan	Praktisi Public Relations
20.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: okee kak, pertanyaan selanjutnya. Jadi bagaimana sih strategi yang kak elin dan tim terapin untuk mengelola dan menyebarkan statement atau informasi itu kepada publik atau media? E: strategi nya sudah pasti kita communicate all the key, kita communicate the key message lewat channel channel komunikasi kita jadi komunikasi komunikasi itu bisa lewat sosial. kemudian untuk beberapa hal yang misalnya penting yang memang kaya launching kita pakai media jadi kita bisa kirim rilis pers.	Informan dapat menjelaskan mengenai strategi yang digunakan untuk mengelola dan menyebarkan informasi ke media	Praktisi public relations
21.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: hmm oke, ini pertanyaan selanjutnya. Jadi bagaimana menurut kak elin representasi tugas dan fungsi dari Public Relations dalam serial race? Apakah kak elin melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan kak elin sebagai public relations? E: kalo itu sih sama ya, jadi memang kita bikin release, kita bikin talking points, kita edit release kita, kita review release kita, kita kerjasama dengan middle complaints dan public policy, kita kerjasama dengan media, kita bikin event terus abis itu kita bikin strategi event, kita undang media ke apalagi ya banyak sih PR itu intinya adalah jembatan antara perusahaan dengan publik jadi kalo jembatannya tidak bagus apapun yang disampaikan oleh perusahaan itu pasti gak akan nyampe ke publik gitu. Jadi ya setelah aku nonton serial itu, aku ngerasa sama kok apa yang aku kerjakan sesuai dengan apa yang ada di serial Race, karena PR pasti memang ngelakuin itu. Apa yang sudah aku jelasin tadi kan tergambar juga ya hehe di serial race	Informan dapat menjelaskan mengenai representasi tugas dan fungsi pada serial Race. Informan tegas mengatakan bahwa tugas dan fungsi PR di serial sesuai atau sama dengan kehidupan informan sebagai PR	Pemaknaan Informan
22.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke kak, karakter utama yaitu ParkYoonjo kan di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi ya kak, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta atau perekrutan tanpa kualifikasi. Bagaimana sih kak menurut kak elin cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut kak elin apakah cara yang dilakukan oleh Parkyonjoo sudah tepat? E: hmmm kaya yang tadi aku bilang kalo mengalami krisis ya itu kuncinya adalah ngobrol, kunci PR kan komunikasi jadi kita harus ngobrol ketika kita menghadapi krisis itu, dilihat juga level krisisnya seperti apa Jadi ketika ada krisis ini tim ini harus diskusi bagaimana cara nya supaya mengatasi situasi krisis ini. kalo sebagai PR ini itu kita harus bisa mengidentifikasi juga dan memahami krisis nya,	Informan dapat menjelaskan cara mengatasi krisis dan manajemen reputasi yang dilakukan di perusahaan informan dan informan memberikan contoh. Informan mengatakan bahwa cara yang dilakukan atasan di Seyong adalah salah	Pemaknaan informan
23.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: baik kak, lalu pertanyaan selanjutnya pada serial ini juga menyoroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering	Informan dapat menjelaskan tentang ParkYoonjo dengan CEO Earthoom dan informan setuju dengan	Pemaknaan informan

		bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut kak elin hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”? E: hm oh ya aku inget dimana ParkYoonjo ini kan sering bertemu dan berhubungan baik dengan CEO agency apa begitu ya aku lupa. Hmm menurutku relate sih itu, karena aku dengan klien dan media saja sangat berhubungan baik, kita sering minum minum, makan bareng, ngopi. Wajar sih kalo kita deket sama klien karena itu juga akan membantu kita, Jadi yaa menurut ku apa yang di gambarkan oleh race itu tentang PR, tentang klien, tentang relationship sama banyak pihak ya itu relate di kehidupan aku	pendekatan PR dengan klien atau brand	
24.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke jadi ya relate lah ya sejauh ini, lalu di serial ini juga terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh ParkYoonjo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut kak elin sebagai praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR? E: hmm kalo sesuai pengalaman aku sih ya, aku gak pernah ngalamin yang namanya menantang moral dan etika PR begitu sih haha jadi aku masih ngikutin regulasi dan aturan dari kantor aku	Informan dapat menceritakan tentang pelanggaran kode etik PR yang dilakukan atasan Seyong dan informan tegas mengatakan harus sesuai dengan kode etik PR. Informan juga tidak relate karena tidak merasakan hal tersebut	Pemaknaan informan
25.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oh oke kak gapapa, pertanyaan selanjutnya. Pada drama serial korea Race ini karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana kak elin menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR? E: hmm aku sejauh ini sih sebagai PR inhouse ya gak terlalu ada tekanan sih Kalo jam kerja yang gak sesuai sih memang sih ya, sejauh ini aku oke oke saja sih sama pekerjaan dan jam kerja nya. Yang aku liat di Race juga mereka oke oke saja gak sih sama pekerjaan nya cuman karena ada konflik dan krisis saja jadi yaa gitu	Informan tegas mengatakan bahwa tidak adanya tekanan dalam bekerja sebagai PR, tidak ada kendala dalam jam kerja dan informan merasakan bahwa hal tersebut juga dialami oleh pemeran serial Race, hanya saja di serial Race adanya tekanan dari atasan	Pemaknaan informan
26.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke pertanyaan selanjutnya, bagaimana kak elin membandingkan gambaran praktisi PR di dalam serial drama korea Race dengan pengalaman kak elin sendiri di PR? Apakah ada aspek aspek tertentu yang menurut kak elin lebih lebihkan dalam representasi tersebut? E: hmm membandingkan gambaran praktisi PR di Race sama di kehidupan aku ya, hmm kalo yang aku lihat sih sejauh ini sama ya. Tugas dan fungsi yang dilakuin di race sama yang aku lakuin sama kaya yang tadi aku bilang, hm cuman bedanya mungkin dipermasalahkan saja sih kaya yang permasalahan yang dialami oleh si cewe itu, dan untung nya rekan kerja aku supportif	Informan tegas ucapkan setuju kalo cerita di serial Race mengenai tugas dan Fungsi PR sama dengan kenyataan di dunia Informan sebagai PR	Pemaknaan Informan
27.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke kak, serial drama race ini juga kan menyoroiti persaingan yang ketat ya diantara karakter utama dan karakter lainnya. Dalam pengalaman kak elin nihh seberapa sering sih persaingan itu menjadi faktor dalam praktisi PR? Lalu bagaimana kak elin mengelola atau mnegatasi persaingan tersebut? E: hmm kalo persaingan antar tim ya aku gak ada sih persaingan begitu, kita saling sharing, saling ngajarin, saling support satu sama lain. jadi ya kita dikantor jalanin tugas kita masing masing. dan untuk mengelola atau mengatasi nya sebenarnya ini tergantung tiap individu ya, mungkin tim aku ada yang anggep ini persaingan juga. Jadi ya tergantung individu sih, kalo aku sudah banyak kerjaan jadi gak anggap persaingan, kita saling belajar saja dan saling bantu satu sama lain	Informan mengatakan bahwa tidak ada persaingan yang dialami seperti persaingan yang ada di serial Race	Pemaknaan informan
28.	Peneliti mengarahkan pertanyaan terakhir ke informan	P: oke kak pertanyaan terakhir ya, apakah ada scene dalam serial drama race ini yang secara khusus menyoroiti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu? Bisakah kak elin memberikan contoh dari scene yang menggambarkan hal ini?	Informan dapat memahami pemaknaan dari perlombaan tiap individu karena informan mengalami hal tersebut	Pemaknaan Informan

		<p>E: hmmm kalo untuk praktisi PR ya kan si cewe nya itu awalnay di rendahin ya sama tim Seyong tapi ternyata dia sukses buat celltics jadi meningkat, itu itu kan perlu perjuangan yaa dan akhirnya dia dipercaya oleh atasannya. Hmm untuk contohnya apa yaa gini deh aku gak bisa sebutin perusahaan nya ya. Jadi ada perusahaan yang memang reputasi nya jelek dan penjualan nya menurun, aku coba diskusi dengan pemilik perusahaan tersebut untuk memberikan ide dan solusi bagaimana sih supaya permasalahan ini selesai ya kan, lalu sempat di tentang juga oleh pihak dari manajemen perusahaan nya, cuman aku dan tim meyakinkan bahwa ini akan berhasil loh dengan cara ini akan berhasil gituu, nah akhirnya kita coba cuman awalnya aku takut karena kaya pihak manajemen nya tuh gayakin ke kita gituu tapi ternyataaa hasilnya bawa dampak yang baik, penjualannya naik. Wah disitu si aku langsung gemeteran karena aku dipuji sama atasan ku. Pokoknya perjuangan yang kita kerjakan itu ga akan bawa hasil yang sia sia gituu sih.</p>		
29.	Peneliti memastikan jawaban informan mengenai tugas dan fungsi PR di race dan kehidupan nyata	<p>P: oke kak, aku mau mastiin lagi jadi tugas dan fungsi di serial race dan di kehidupan kak elin relate yaa? E: yess relate banget, aku pas nonton saja kaya langsung tahu dia mau ngelakuin apa, bikin pressrelease, konferensi pers gituu sih</p>	Informan tegas ucapkan setuju bahwa tugas dan fungsi di race sesuai dengan kehidupan informan sebagai PR	Pemaknaan Informan
30.	Peneliti mengakhiri pertanyaan	<p>P: oke kak itu saja sih pertanyaannya, nanti jika ada yang ingin aku tanyakan bisa via whatsapp ya kak E: oke putri, semoga jawabanku bisa membantu yaaa. Iya whatsapp aku ajaa P: oke terimakasih kak elin, selamat malam E: sama sama, malam putri</p>	Informan berharap apa yang disampaikan membantu peneliti	Penutup

Lampiran 11. Open Coding Informan 4

OPEN CODING INFORMAN 4 (Annisa)

Data Informan

Nama Lengkap : Annisa Nidya Hapsari
 Alamat : Benda Timur 9 Pamulang, Tangerang Selatan
 Usia : 32 tahun
 Pendidikan : S1 Ilmu Komunikasi (Sultan Ageng Tirtayasa)
 Pekerjaan : Subkoordinator Penyelenggara Diseminasi Informasi dan Kemitraan Komunikasi Publik (PR Pemerintah)
 Perusahaan : Dinas Komunikasi Informatika Kota Tangerang Selatan
 Lama Bekerja di Bidang PR : 3 – 4 tahun

Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 05 Juni 2024 dengan menggunakan aplikasi zoom pada saat wawancara informan.

No.	Personal View/ Refleksi Diri	Isi Transkrip Wawancara	Intisari/Keterangan	Kategori
1.	Peneliti mulai memperkenalkan diri dan mempersilahkan informan untuk memperkenalkan diri	P: Halo, selamat pagi bu Nisa. oh iya bu annisa sebelumnya boleh perkenalkan diri terlebih dahulu, mulai dari nama lengkap, usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, domisili kantor dan lama bekerja di bidang PR. Silahkan Bu Annisa N: iya amel, perkenalkan nama saya Annisa Nidya Hapsari umur saya 32 tahun, saat ini sedang bekerja di dinas komunikasi informatika kota tangerang selatan, tepatnya dibagian subkordinator penyelenggaraan diseminasi informasi dan kemitraan komunikasi publik. Dibagian ini saya posisinya sebagai pranata humas atau public relations kurang lebih ya memang pekerjaannya seperti public relations pada umumnya, kemudian saya tinggal di benda timur 9 Pamulang, Tangerang Selatan. Pendidikan saya sarjana Universitas SultanAgeng Tirtayasa jurusan Ilmu Komunikasi, lama bekerja di bidang PR ini saya kurang lebih 3 – 4 tahun deh	Penjelasan mengenai latar belakang informan : - Nama - Usia - Pendidikan - Tempat tinggal - Domisili kantor - Lama bekerja di bidang PR	Latar Belakang Informan
2.	Peneliti memulai pertanyaan mengenai serial Race	P: hmm oke bu, saya mulai pertanyaan ya bu mengenai serial Race N: Oke amel	Informan merespons dengan santai	Serial Race
3.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: apakah bu nisa sudah selesai menonton serial drama korea Race dari episode 1 sampai episode 12? N: iya betul sudah selesai P: oke, kapan terakhir bu nisa menonton serial drama korea Race? N: seingat saya sih bulan februari awal sih ya, ya pokoknya sudah lama deh mel	Informan sudah menonton serial Race dari episode awal hingga episode terakhir dan terakhir menonton Race	Serial Race
4.	Peneliti memulai pertanyaan dengan sedikit terbata bata dalam mengajukan pertanyaan	P: hmm baik bu, lalu bisakah secara singkat bu nisa menceritakan alur cerita serial drama korea "Race"? N: penggambaran profesi public relations kalo di serial itu bagaimana, terus suka duka kehidupan pekerja kantor yang memang dijalani sebagai seorang PR. Lalu konflik yang digambarkan juga beragam, menggambarkan perjuangan si karakter cewe nah ngegambarin perbedaan pola kerja juga kan tuh	Informan dapat menceritakan alur cerita serial Race yang dipahami Informan	Serial Race
5.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: hmm okee, ee bagaimana pendapat bu nisa mengenai alur cerita dalam serial Race? N: kasih penggambaran tentang PR gituu, seruu sih ceritanya karena banyak konflik terus nyambung. juga ngegambarin tentang PR	Informan dapat menjelaskan pendapatnya mengenai alur cerita Race	Serial Race

		digital, PR konvensional. Lalu eee ada permasalahan internal juga yang dialami oleh perusahaan, isu negatif. serialnya complicated ngegambarin suka dukanya jadi PR		
6.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: baik, dapatkah bu nisa menceritakan pesan yang menurut bu nisa ingin disampaikan dalam serial drama korea Race? N: hmm pesan yang ingin disampaikan yaa mel apa yaa. Sebenarnya yang saya tangkep after saya nonton serial itu sih lebih ke membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan dan dibumbui dengan konflik. Terus ya dari pemeran utama cewe ini si saya nangkepnya ya sebagai PR dari agency kecil ke perusahaan besar ya harus survive sih jadi jangan gampang nyerah gitu loh sama tekanan atau permasalahan yang ada.	Informan dapat menjelaskan pesan yang disampaikan dalam serial Race	Serial Race
7.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: oke bu, lalu pertanyaan selanjutnya apa konflik yang disampaikan dalam serial tersebut? N: ada konflik internal, konflik eksternal, isu yang merusak reputasi perusahaan, konflik internal nya seperti ada perebutan jabatan atau kekuasaan, lalu penurunan penjualan juga ya. Kalo di pemerintahan kita gak ada penurunan jualan begitu sih. Lalu adanya kecurangan juga, ya lebih menggambarkan konflik yang sering terjadi di PR sih seringnya ya citra perusahaan.	Informan dapat menceritakan dan menjelaskan konflik di dalam serial Race	Serial Race
8.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: baik, lalu apakah bu nisa mengetahui bahwa serial drama korea "Race" salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations? N: ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan ada penyampaian mengenai tugas dan fungsi nya, penyelesaian konflik pun itukan merupakan tugas dari seorang PR	Informan dapat menceritakan bahwa serial Race ini berfokus pada penyampaian pesan tugas dan fungsi PR	Serial Race
9.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: baik, pertanyaan selanjutnya bagaimana pendapat Anda mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial Race? N: yang saya tangkep bisa memberikan beberapa gambaran mengenai konflik apa saja sih yang dihadapi seorang PR, kalo di serial Race itu kan adanya manajemen konflik, krisis reputasi, konflik internal dan eksternal. menurut pendapat saya memang konfliknya seru sih ya haha karena menantang,	Informan dapat menjelaskan penggambaran konflik di serial Race dengan jelas	Serial Race
11.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: pertanyaan pertama, bagaimana menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai public relation? N: sejauh ini sih memang menurut saya ya sebagai PR di pemerintahan agak berbeda dengan bidang PR seperti di perusahaan atau agency. Sebelum menjadi PR ini saya juga pernah di media menjadi jurnalis dan waktu itu saya memang sempat pernah berhubungan dengan beberapa PR di perusahaan seperti pertamina rata rata mereka memang rata rata pekerjaannya adalah humas ya menurut saya ada perbedaan yang mencolok sih cuman gamencolok banget sih memang sebagian besar pekerjaan dan tugasnya sama di perusahaan pertamina itu di pertamina biasanya mereka sebagai direktur komunikasi jadi kalo di pihak perusahaan itu lebih strategis karena biasanya ketika ada isu si PR langsung menjadi satu sumber PR di pemerintah isu yang dilempar media akan mencari eee pimpinan daerahnya begitu, untuk menjadi sumber informasi utama. selama disini yang saya rasa ya kita tetap melakukan pekerjaan pekerjaan yang reguler seperti mengolah semua berita berita yang ada di pemerintah kota tangerang selatan kemudian di publikasikan melalui media massa maupun juga melalui media sosial. Kalo untuk dinamika itu sebagai PR itu memang harus tahu segala galanya apalagi kalo di humas pemerintah	Informan dapat menjelaskan dinamika tugas dan fungsi serta pengalaman nya di public relations. Informan menceritakan dan memberikan contoh dari pengalamannya	Praktisi Public Relations

12.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: Bagaimana cara bu nisa melakukan management konflik dengan rekan kerja bu annisa dalam melakukan aktivitas Public Relations?</p> <p>N: hmm manajemen konflik di internal yaaa saya rasa cenderung sedikit yaa konflik nya dengan teman teman karena kita bekerja secara tim gitu hand in hand semuanya saling membantu gitu Kalo manajemen konflik di eksternal itu juga saya rasa juga apa gak ada ya karena kan disini tuh sistemnya saling membutuhkan, bersama sama meluruskan informasi apa yang patut untuk di informasikan dan di publikasikan di media sosial maupun media cetak.</p>	Informan dapat menjelaskan dan menceritakan manajemen konflik yang jarang terjadi. Informan menceritakan pengalamannya dan menjelaskan secara teknis dan detail apa yang dilakukan perusahaan informan ketika terjadi hal tersebut	Praktisi Public Relations
13.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana ibu annisa menanggapi perbedaan pendapat dalam fungsi PR?</p> <p>N: perbedaan pendapat ya hmm biasanya dengan pimpinan sih hehehe, mungkin biasanya kalo dengan teman ya dengan teman setim itu biasanya kita satu pemahaman gitu, satu pemikiran gitu berbedanya biasanya dengan para pimpinan begitu, biasanya mereka pimpinan mungkin karena sudah biasa gitu, sudah lama berada di dunia pemerintahan, jadi palingan di cari jalan tengahnya dengan diskusi tim mel, cari jalan terbaik nya. Paling itu sih mell</p>	Informan dapat menjelaskan bahwa jarang terjadi perbedaan pendapat dengan tim melainkan dengan pimpinan saja. Lalu informan menjelaskan mengenai cara menanggapi perbedaan pendapat	Praktisi Public Relations
14.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: pertanyaan selanjutnya dalam pengalaman bu annisa, bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak lainnya?</p> <p>N: membangun dan memelihara hubungan yang baik yaa hmm apa yaa kalo sejauh ini kan memang tidak ada secara langsung gitu PR pemerintah kalo dari kitanya paling terkait dengan pemesanan advetorial begitu jadi hubungan dengan media massa itu disini biasanya adalah kita menetapkan berita berita yang ingin di publikasikan ke media massa itu nah itu biasanya hubungan nya lebih ke sifat B2B bisnis to bisnis.</p>	Informan dapat menjelaskan dan menceritakan cara berhubungan yang baik dengan media. Menjelaskan bagaimana informan bisa dekat dengan media, melalui strategi pendekatan yang sering diterapkan oleh perusahaan informan	Praktisi Public Relations
15.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: baik, lalu pertanyaan selanjutnya apa yang menurut bu annisa menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?</p> <p>N: tantangan yaa hmm lebih ke media sosial sih, karena ya itu yang sudah saya sebut tadi kan media sosial itu informasinya itu sangat bias sedangkan sekarang banyak banget akun akun di sosial media mereka suka sekali gitu ya kadang apa ya bertindak sebagai media istilahnya media massa, kemudian suka update informasi informasi yang kadang positif tapi ya lebih banyak negatifnya hehe biasanya menggiring opini untuk akun akun seperti itu nah itu menjadi tantangan kita</p>	Informan dapat menjelaskan dan menceritakan bahwa tantangan PR saat ini di media sosial	Praktisi Public Relations
16.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari Informan	<p>P: hmm oke, bisakah bu annisa jelaskan tugas dan fungsi yang biasa bu annisa kerjakan sebagai Public Relations?</p> <p>N: tugas dan fungsi nya sama kaya yang sudah saya jelasin di awal sih, jadi pekerjaan utama yang pertama itu adalah mengolah konten dan merencanakan untuk ke media komunikasi publik terkait semua program yang dilakukan oleh pemerintah kota tangerang selatan lalu dikemas dalam bentuk berita, mengelola hubungan relasi dengan media massa itu baik media massa cetak, media massa elektronik gitu. bikin release juga artikel juga gitu sih.</p>	Informan menjelaskan tugas dan fungsi yang dikerjakan informan sebagai PR Pemerintah, informan menjelaskan bahwa berkaitan dengan media sosial	Praktisi public relations
17.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	<p>P: oke pertanyaan selanjutnya, bagaimana strategi yang bu annisa terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media?</p> <p>N: strateginya memang biasanya hmm berita berita yang butuh dikemas nasional itu kita sebar kan lagi lewat media media massa nasional. Kurang lebihnya gitu sih mel strategi buat menyebarkan informasi, yaa buat berita tapi kita kemas lagi supaya informatif</p>	Peneliti dapat menjelaskan strategi yang informan terapkan dalam menyebarkan informasi ke media	Praktisi Public Relations

18.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban dari informan	P: okee, pertanyaan selanjutnya bagaimana bu annisa menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR? N: eee butuh respons cepat ya, itu seperti di media sosial itu mel nah mungkin dari kepala pimpinan atau kepala support begitu ya itu langsung ayo kita riset dan cari tahu untuk berita ini kira kira apa yang perlu dilakukan gituu. Kita semuanya diskusi gituu	Informan dapat menjelaskan cara menangani situasi yang sensitif dan informan dapat memberikan contoh penanganannya dengan komunikasi bersama tim	Praktisi Public Relations
19.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke, pertanyaan selanjutnya apakah bu annisa terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan konferensi pers? Bagaimana peran bu annisa dalam hal ini? N: hmm ohh iya itu kalo konferensi pers untuk pemerintah daerah itu sangat jarang ya biasanya ee langsung turun saja ke lapangan biasanya kalo konpers kan meja gituu di tata terus depan depannya media media kan nah kalo kita engga seperti itu sifatnya gak seperti itu ee konpers itu paling setahun bisa kaya sekali dua kali ya. dari tim PR paling membantu mobilisasi untuk media massa nya saja gituu sih.	Informan dapat menjelaskan dan menceritakan perannya dalam menjalani konferensi pers sebagai PR pemerintahan yang jarang dilaksanakan. Informan menjelaskan bahwa informan sebagai PR melakukan mobilisasi	Praktisi public relations
20.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: okee, pertanyaan selanjutnya. Bagaimana bu annisa membangun dan memelihara citra baik perusahaan di mata publik melalui pekerjaan PR? N: karena orang Indonesia itu cenderung menggunakan media sosial untuk membangun citra baik jadi kami bersama tim membentuk citra positif mengenai humas tangsel itu melalui media sosial begitu ya melalui ig humas kota tangsel ituu dari tim memang sebisa mungkin lah mengemas pesan atau postingan itu semenarik mungkin. Citra baik nya juga kita bikin program program yang membuat masyarakat kagum atau mendapat pandangan positif gituu.	Informan dapat menjelaskan cara informan membangun dan memelihara citra baik pemerintah di mata publik melalui media sosial yang di posting dan program yang dijalani Pemerintah dan informan	Praktisi Public Relation
21.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: oke, pertanyaan selanjutnya dalam pengalaman bu annisa, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana bu annisa mengelola atau mengatasi persaingan tersebut? N: kalo persaingan dengan pemerintah lain ya gak ada sih sebenarnya, karena punya penilaian masing masing justru malah nganggap nya bukan persaingan kecuali memang biasanya kan kalo PR PR atau humas humas itu ada namanya APRI atau ikatan humas pemerintah begitu nah paling dari situ suka ada lomba lomba pembuatan konten atau pembuatan artikel artikel dari situ sih baru persaingan, lomba lomba gituu. Jadi kalo untuk mengatasi persaingan ya sebenarnya tergantung penilaian masing masing menganggap hal tersebut persaingan atau bukan begitu, kalo perlombaan ya paling persaingannya	Informan dapat menjelaskan bahwa tidak adanya persaingan dengan pemerintah lain ataupun dengan PR lain selain persaingan ketika adanya ajang perlombaan	Praktisi public relations
22.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: hmm oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana menurut bu annisa sebagai PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR? N: karena setiap profesi itu pasti ada kode etik nya kode etik itu kan dibuat adalah untuk eee apa ya supaya profesi itu tetap pada jalurnya gituu., kalo di PR kan kode etik PR adalah tentang ya kita memang untuk ngebranding kota begitu ngebranding pemerintah daerah begitu jadi yaa gimanapun menurut saya memang harus mengacu pada kode etik ituu karena kan ini terkait dengan profesi yaa dan memang harus profesional gituu.	Informan menjelaskan bahwa setiap profesi pasti memiliki kode etik dan informan berpendapat bahwa pekerjaan harus taat pada kode etik yang ada	Praktisi Public Relations
23.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	P: hm begitu oke, pertanyaan selanjutnya bagaimana menurut bu annisa representasi tugas dan fungsi public relations dalam serial Race? Apakah bu annisa melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan bu annisa sebagai public relations? N: hm ya paling kalo kesamaan nya ya gituu mell, yaa bener kalo di race itu kan dia ada kaya ngelakuin tugas mengenai hubungan media dan penempatan media kan yang berhubungan baik dengan media massa maupun media online nah iya itu bener mel, lalu melakukan publisitas ituu	Informan dengan tegas menjawab adanya kesamaan mengenai tugas dan fungsi di Race dengan kehidupan informan sebagai PR Perbedaan nya hanya di segi perusahaan, dimana serial Race perusahaan agency atau konsultan dan informan pemerintah	Pemaknaan Informan

		melalui media sosial kemudian ee riset juga ya paling ya perbedaannya ya karena itu dia kan di PR Joa itu bentuknya adalah agency yang artinya punya branding nya itu bermacam macam klien gitu kan nah beda beda biasanya, untuk pekerjaan tugas dan fungsi lainnya ya kurang lebih sama seperti riset juga, hubungan media, publisitas buat media massa dan media sosial itu juga sama kemudian untuk management nya dan training bagaimana menulis berita.		
24.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: oke baik, pertanyaan selanjutnya. Karakter utama yaitu ParkYoonjo di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut bu annisa cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu menurut bu annisa apakah cara yang dilakukan oleh ParkYoonjo sudah tepat?</p> <p>N: seperti yang sudah saya sampaikan sebelumnya untuk mengatasi krisis, biasanya saya dan tim disini justru kita malah bekerja sama gitu jadi kita sama sama kumpulkan ide bagaimana caranya menyelesaikan situasi yang memang krisis,. kalau di serial sih menurut saya cara yang dilakukan untuk memperbaiki reputasi ya sudah benar dengan adanya program perekrutan. Jadi sudah tepat sih yaa menurut saya caranya, karena tiap perusahaan kan memiliki cara yang berbeda beda juga ya tergantung pelaksanaannya dan kekompakan tim PR nya juga sih.</p>	Informan dapat menjelaskan strategi yang dilakukan ketika adanya krisis yaitu dengan berkomunikasi dan bekerja sama dengan tim	Pemaknaan informan
25.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: Pada serial ini juga menyoroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut bu annisa hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”?</p> <p>N: hmm berhubungan baik dengan media itu wajar sih karena PR ini memang berhubungan nya kan sama media, sama jurnalis. Mau itu media massa maupun media online, PR pemerintah ini memang akan terusan berhadapan dengan media dan jurnalis gitu sih mel, Ketika saya nonton race ini memang menggambarkan sisi realitas PR di perusahaan yaa karena ya itu hubungan PR dengan divisi lain harus baik, dan yang dilakukan pemeran utama itu benar kok</p>	Informan dengan tegas mengatakan setuju jika menjaga hubungan baik dengan media atau klien, informan memberikan contoh bahwa informan berhubungan baik dengan jurnalis	Pemaknaan informan
26.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: Dalam serial drama korea “Race” terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh Park Yoon-jo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut bu annisa praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan mereka?</p> <p>N: Kalo memang menghadapi situasi yang menantang moral dan etis ya komunikasikan dulu, sebagai PR tidak boleh melanggar kode etik PR, ini lebih ke personal diri sendiri sih, komunikasikan dulu dengan pimpinan mengenai hal yang kita rasa akan melanggar nilai moral dan etik,</p>	Informan menjelaskan bahwa jika terjadi hal tersebut dapat dikomunikasikan kepada pimpinan dan informan mengatakan untuk tidak melanggar kode etik seperti yang dilakukan pada serial race	Pemaknaan informan
27.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: Pada drama serial korea “Race”, karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat, bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana bu annisa menangani tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR anda?</p> <p>N: dibandingkan dengan pekerjaan saya sebelumnya pas pekerjaan sebelumnya itu justru malah tentunya ada jadwal libur nya, Nah kalo disini sebagai PR tanggal merah tuh sebenarnya gak masuk ke kantor tapi tetap bekerja dari rumah hahaha ya sama kaya si serial race itu apalagi kaya misalnya teman saya itu ya bahkan sampe malem itu apalagi kalo di telpon butuh informasi mengenai sesuatu gitu jadi apa</p>	Informan dapat menjelaskan bahwa menjadi PR tidak ada waktu libur, berbeda ketika menjadi jurnalis. Informan dengan tegas mengatakan sama dengan yang di Race ketika libur atau weekend tetap bekerja	Pemaknaan Informan

		ya gak ada waktu istirahat, gada waktu libur jadinya tetap bekerja hahaha		
	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: baik, pertanyaan selanjutnya bagaimana bu annisa membandingkan gambaran praktis PR di dalam serial drama korea "Race" dengan pengalaman bu annisa sendiri dalam industri ini? apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut bu annisa dilebih – lebihkan dalam representasi tersebut?</p> <p>N: kalo yang saya tonton sih memang tugas dan fungsi yang dilakukan di Race ini sama sih sama yang saya jalanin.. Kalo yang dilebih lebihkan menurut saya ya ada karena kan itu serial ya kalau cuman kehidupan PR saja tanpa ada suatu konflik yang biasa tentu tidak menarik penonton untuk menontonnya.</p>	Informan dapat menjelaskan perbandingan serial Race dan kehidupan nyata. Informan dengan tegas mengatakan bahwa adanya aspek yang dilebih lebihkan.	Pemaknaan informan
28.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P: Serial drama korea ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. Dalam pengalaman anda, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana anda mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?</p> <p>N: kaya yang sudah saya jelaskan sebelumnya kalo untuk persaingan di tim internal itu tidak ada karena bekerja bersama, lalu untuk PR pemerintahan juga tidak ada. persaingannya kalo lagi perlombaan saja sih haha. Ya kalo yang saya pahami di serial Race itu ada persaingan ya antara agency earthcomm, PR Joa dan agency lainnya, kalo di pemerintahan gak ada sih persaingannya.</p>	Informan dengan tegas menjelaskan bahwa tidak adanya persaingan di tim internal maupun pemerintahan. Informan memberikan pendapat perbedaan dengan serial race karena adanya persaingan	Pemaknaan Informan
29.	Peneliti terlihat ingin tahu jawaban informan	<p>P oke ini pertanyaan terakhir yaa bu. Apakah ada scene dalam serial drama "Race" yang secara khusus menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu? Bisakah bu annisa memberikan contoh dari scene yang menggambarkan hal ini</p> <p>N: hmm kalo scene dalam serial Race yang menyoroti perlombaan dan perjuangan dan pencapaian individu sih dari yang saya lihat memang ada yaa, Race ini hampir sama dengan Queenmaker latar belakang perkantoran juga. Nah kalo karakter yang kompetitif, berjuang begitu ya pasti ada disini juga ada yang inginn berjuang kompetitif, kalo saya justru senang karena saya gak kompetitif hahaha jadi justru malah jadi semangat dalam mengerjakan pekerjaan gitu dan selesai nya dikita nya jadi lebih mudah kalo buat saya, tapi saya gak masalah sih jadi kalo saya pribadi justru senang orang – orang yang kaya gitu, karena saya sendiri merasa kebantu dengan si kompetitif itu hahaha. Ya tiap profesi pasti ada lah yang kompetitif, bukan cuman di serial saja, jadi yang di serial race itu menggambarkan yang terjadi di dunia nyata mell hahaha</p>	Informan dapat menjelaskan serial Race terdapat adegan kompetitif dan Informan dengan tegas mengatakan bahwa tiap orang akan ada yang kompetitif hal tersebut tidak merugikan informan karena informan merasa bahwa dirinya tidak kompetitif sehingga dapat membangkitkan semangat informan	Pemaknaan Informan
30.	Peneliti memberikan pertanyaan tambahan untuk informan	<p>P: oh begitu bu hehe, oke aku mau makesure juga kalo memang representasi tugas dan fungsi di Race sama di kehidupan bu annisa itu sama yaa cuman bedanya tadi pemerintah sama agency saja yaa?</p> <p>N: nah iya sama untuk tugas dan fungsi nya yang saya jalanin, kalo si agency itu kan ada yang kecil dan besar kan si kecil itu kan pasti butuh profit keuntungan supaya si perusahaan nya semakin besar ya jadi persaingan nya sangat jelas ya kalo disini kan kita tidak mengejar profit karena kan memang pemerintahan adalah fungsi utamanya adalah untuk melayani masyarakat nah kan untuk pelayanan masyarakatnya secara tidak langsung adalah dengan memberikan informasi informasi terkait program yang sudah dijalankan oleh pemerintahan gitu memang</p>	Peneliti dengan tegas mengatakan bahwa tugas dan fungsi serial Race sama dengan tugas dan fungsi informan sebagai PR. Perbedaan nya hanya di bidang perusahaan, Informan di pemerintahan sedangkan Race perusahaan Agency	Pemaknaan informan
31.	Peneliti mengakhiri pertanyaan	<p>P: oke baik, itu saja bu annisa. Terimakasih sudah bu annisa sudah bersedia di wawancara</p> <p>N: iya amel,</p> <p>P: Oke terimakasih ya bu annisa, saya akhiri ya zoom nya</p> <p>N: sama sama amel, semangat yaa kerjain nya</p> <p>P: baik ibu, selamat siang.</p>	Informan berharap apa yang disampaikan membantu peneliti dan informan memberikan semangat kepada peneliti	Penutup

Lampiran 12. Axial Coding

AXIAL CODING

N o.	Kategori/ Konsep	Dimensi	Indikator	Keterangan/ Temuan	Informan 1 (Alline Setyana)	Informan 2 (Raisa Zakiah)	Informan 3 (Elin)	Informan 4 (Annisa)
1.	Latar Belakang Informan	Biodata Informan	-Nama -Usia -Latar belakang Pendidikan -Tempat tinggal -Domisili kantor -Lama bekerja di bidang PR	Penjelasan mengenai empat informan yang sudah pernah menonton serial Race dari awal episode hingga akhir episode	Alline Setyana Darmawan, Perempuan berusia 26 tahun, pendidikan S1 Jurusan Masa Communication Konsentrasi Broadcasting dan Jurnalistik tahun 2014 – 2018 di LSPR Communication and Business Institute dan S2 jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di tahun 2022 – 2024 di Universitas Pelita Harapan tinggal di Jakarta Selatan dan sekarang bekerja di PT.Multilateral Global Cahaya (Digital Agency Viral MGC) lokasi kantor di SCBD Astha. Lama bekerja di bidang PR 5 tahun	Raisa Zakiah, perempuan berusia 24 tahun, pendidikan S1 Ilmu Komunikasi, Tempat tinggalnya di Rempoa dan domisili kantor di Jakarta Selatan, bekerja di Kandi Imaji sekarang sebagai konsultan PR. Lama bekerja di bidang PR sekitar 1,5 tahun – 2 tahun	Helinsa Rasputri, Perempuan berusia 29 tahun, pendidikan D3 Manajemen perusahaan di Universitas Diponegoro dan S1 Manajemen di Universitas Indonesia, Tempat tinggal dan domisili kantor di Jakarta, saat ini bekerja di Zipmex Indonesia menjadi Public Relations, pengalaman di bidang PR selama 3 tahun	Annisa Nidya Hapsari, perempuan berusia 32 tahun, pendidikan S1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, tempat tinggal di Benda Timur 9, Pamulang Tangerang Selatan, bekerja di Dinas Komunikasi Informatika Kota Tangerang Selatan menjadi Subkoordinator penyelenggaraan Diseminasi Informasi dan Kemitraan Komunikasi Publik, lama bekerja di bidang PR ini kurang lebih 3 – 4 tahun
2.	Serial Race	Serial Race	Apakah sudah selesai menonton serial drama korea Race dari episode 1 sampai episode 12?		iya sudah selesai	Hmm aku sudah selesai menontonnya	hmm sudah selesai	iya betul sudah selesai
3.	Serial Race	Serial Race	Kapan terakhir menonton serial drama korea Race?	Penjelasan informan terkait terakhir menonton Serial Race	yaa sekitar 1 bulan yang lalu lah ya	mungkin sudah 2 minggu yang lalu lah	kayanya sih sudah hampir 1 atau 2 bulan yang lalu,	seingat saya sih bulan Februari awal sih ya,
4.	Resepsi	Pemahaman Informan	Bisakah secara singkat Anda menceritakan alur cerita serial drama Korea "Race"?	Penjelasan informan terkait alur cerita serial drama Korea Race	dua orang praktisi PR yang bekerja tapi mereka beda skala agency. Jadi yang cowo ini kerjanya di agency yang	point point nya itu suka duka kehidupan pekerja kantoran menggambarkan dan menceritakan eee suka duka	Pokoknya sih cewe ini tuh kerja sebagai PR di agency kecil gitu tapi si cowo ini kerja di agency perusahaan	penggambaran profesi public relations kalo di serial itu bagaimana, terus suka duka kehidupan pekerja

					cukup besar, cukup ternama di Korea. Sedangkan yang cewe ini kerjanya di Agency kecil lah, jadi dari segi beban kerja.	mereka menjalani karir sebagai PR dengan segala tantangan rintangan	besar, Menurut aku sih yang di agency PR itu sih relate banget buat perusahaan kecil begitu, karena PR nya riset dengan turun ke lapangan sih Seyong ini ada krisis apa atau terkena masalah banyak konflik – konfliknya	kantoran. Lalu konflik yang digambarkan juga beragam, menggambarkan perjuangan si tokoh perempuan Hm bagaimana sih perjuangan karakter cewe itu dari perbedaan di agency kecil hingga pindah ke perusahaan besar
5.	Resepsi	Pemahaman Informan	Bagaimana pendapat anda mengenai alur cerita dalam serial “Race”?	Keempat informan menjelaskan mengenai gambaran praktisi PR dan konflik yang terjadi di serial	kalo sesuai sih menurut ku sesuai, sebenarnya cukup relate cuman gak semuanya karena dari segi culture itu kan beda ya yang terjadi di Korea dan Indonesia	kalo agak berbeda sih skema bekerjanya kemudian apa namanya ruang lingkup pekerjaan itu sedikit berbeda begitu karena kalo misalnya dikonsultan itu kita penyedia jasa.	hmm alur cerita nya oke sih, seruu, tapi ya gitu konflik nya sebenarnya gak yang serius atau fatal banget tapi itu lebih lebihkan saja sih, dan menurutku karyawan di Seyong tuh pada bersaing buat naikin jabatan kan ya.	Hmm alur cerita ya, pendapat pribadiku sih sebenarnya ini ya itu tadi kasih penggambaran tentang PR gitu, seruu sih cerita nya karena banyak konflik terus nyambung.. ngegambarin tentang PR digital, PR konvensional, jadi dalam satu perusahaan itu ada banyak tim PR yang terbagi
6.	Resepsi	Pemahaman Informan	Dapatkah anda menceritakan pesan yang menurut anda ingin disampaikan dalam serial drama korea “Race”?	Penjelasan informan terkait pesan yang disampaikan di Serial Race	kalo yang aku tangkep ya dari drama Race ini lebih ke keilmuan PR yang kamu gak kepikiran bakal kepake sih sebagai praktisi PR itu kamu sudah punya pakem pakem begitu loh kalo untuk kerja di company, kita tonton sambil buat hiburan tapi ternyata bisa keambil banyak lah insight yang menarik buat diterapin. Dan menurut aku juga Race ini ngegambarin ke penonton nya bagaimana sih tugas nya PR, or fungsi nya PR untuk sebuah company,	kalo aku liat sih sebenarnya mereka itu kebanyakan menyoroti bagaimana sih tokoh utama ini beradaptasi dari kerjaan yang lama kepada kerjaan yang baru jadi kaya aku lebih ditunjukkan kaya dia menghadapi berbagai macam masalah yang menurut aku sebenarnya gak begitu begitu maksudnya kaya di Indonesia itu gak seperti itu begitu loh kenyataannya ada perbedaan yang menonjol konflik nya itu tentang si Seyong dilanda krisis terus menerus begitu loh sampe akhirnya yang tidak realistis pun kaya yang tidak rasional	apa ya pesan yang ingin disampaikan nya, hmmm mungkin karena race ini itu menggambarkan berbagai tema jadi relevan dengan dinamika yang modern di kehidupan profesional dan pribadi ya hmmm pesan yang ingin disampaikan nya ini kaya adanya persaingan di tempat kerja jadi ngasih tahu ke kita bahwa di serial ini adanya persaingan di lingkungan kerja, karena seingat aku itu karyawannya memang bersaing untuk promosi, pengakuan dan juga berebutan untuk ngehandle proyek penting yang perebutan	hmm pesan yang ingin disampaikan yaa mel apa yaa. Sebenarnya yang saya tangkep after saya nonton serial itu sih lebih ke membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan dan dibumbui dengan konflik konflik tersebut supaya menarik perhatian penonton. Terus ya dari pemeran utama cewe ini si saya nangkepnya ya sebagai PR dari agency kecil ke perusahaan besar ya harus survive sih jadi jangan gampang nyerah gitu loh sama tekanan atau permasalahan yang ada. memberikan

							jabatan. Terus kaya kita itu sebagai PR harus kerja keras dan penuh ketekunan dimana kan di race itu ngegambarin kalo si pemeran utama cewe itu sering banget kan dikasih tantangan besar yang memang menguji banget dedikasi dan ketahanan kita sebagai PR, emangg mau ngegambarin dan sampein pesan bahwa PR itu penting loh, PR itu tugas dan fungsinya kaya gini loh.gituu siihhh	gambaran juga kalau tugas PR diperusahaan itu gini loh, cara penyelesaian masalah seperti krisis dan manajemen reputasi tuh gini loh, permasalahan di bidang PR yang akan dialami perusahaan itu seperti ini, gitu sih mel
7.	Resepsi	Pemahaman informan	Apa konflik yang disampaikan dalam serial drama korea "Race"?	Penjelasan informan terkait konflik yang disampaikan	konfliknya klasik dan itu sering banget terjadi di perusahaan – perusahaan manapun yang membutuhkan atau memperkerjakan para praktisi PR dan rata – rata itu memang a top level management yang punya hm itu itu memang terjadi sih kalau untuk permasalahan permasalahan yang ada di serial Race itu beneran terjadi lah di dalam kehidupan kakak, dan hm di dalam karir track nya para praktisi PR.	ya paling konflik seperti misalnya kaya dia eee apa namanya ada waktu dimana dia ada scene adegan dimana dia itu dipercaya buat presentasiin ide nya didepan apa namanya petinggi petinggi seyong begitu kan untuk strategi promosi tapi kemudian sudah ditentukan pemenangnya siapa begitu loh itu kaya menurutku disini kejadian tapi jarang, kalo disini itu lebih fair cara mainnya itu lebih fair ya kaya misalkan kita pitching terus ide kita memang bagus dan efektif terus promotif dan menjawab permasalahan begitu ya solubtif lah ibaratnya itu itu pasti bakalan terpilih begitu loh dan menurut aku juga apa ya sebenarnya kalo kita lagi	konfliknya menurut aku memang terjadi sih ketika menjadi PR, kaya mengenai manajemen reputasi, permasalahan internal, permasalahan publisitas, promosi atau event. Ya masalahnya sih sebenarnya memang terjadi di kehidupan. Pokoknya konfliknya kompleks kaya gambarin konflik adanya persaingan di internal diantara karakter utama dengan rekan kerjanya si cewe muda itu,	apa ya konfliknya, bentar saya inget dulu yaa. Hmm konfliknya sih banyak ya seinget saya, karena ada konflik internal, konflik eksternal, isu yang merusak reputasi perusahaan, konflik internalnya seperti ada perebutan jabatan atau kekuasaan, lalu penurunan penjualan juga ya. Kalo di pemerintahan kita gak ada penurunan jualan begitu sih, jadi untuk hal itu saya gak bisa jelasin karena gak pernah alamin. Lalu adanya kecurangan juga, ya lebih menggambarkan konflik yang sering terjadi di PR sih seringnya ya citra perusahaan.

						pitching pitching begitu sih gak sampe 3 pihak yang terlibat begitu loh.		
8.	Resepsi	Pemahaman Informan	Apakah anda mengetahui bahwa serial drama korea "Race" salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations?	Keempat informan mengatakan setuju bahwa serial Race ini berfokus pada penyampaian tugas dan fungsi PR	ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, kalau sebenarnya PR itu kerja di industri Korea di agency. Bagaimana sih kalo kita kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.	iyaa karena jujur saja isu isu yang diangkat itu isu yang sama ini sama yang lagi diangkat PR PR Indonesia yang lagi concern, praktisi praktisi PR Indonesia ini itu lagi concern banget sama ESG, tim internal itu atasan itu harus eee mendengar lebih peduli lebih berempati lebih mengerti bawahannya kan jadi supaya karena ya era sekarang itu sudah berbeda begitu loh sekarang era pertukaran informasi dimana sekarang berita itu muncul dari karyawan yang upload upload cerita di sosmed begitu loh jadi ikut ikutan ngasih impact ke citra perusahaan begitu kan itu sih paling.	hmmm kalo itu menurutku sih iya, cuman serial race ini gak terlalu nampilin banget terus terusan mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantang yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR begitu loh, eee jadi ada gambaran tugas dan fungsi tapi dibumbui dengan cerita cerita lainnya untuk menarik perhatian penonton	ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan ada penyampaian mengenai tugas dan fungsinya, penyelesaian konflik pun itukan merupakan tugas dari seorang PR
9.	Resepsi	Pemahaman Informan	Bagaimana pendapat anda mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR pada serial "Race"?	Penjelasan informan terkait penggambaran konflik PR yang disampaikan	kalo untuk konflik nya sendiri sebenarnya sih hmmm deket juga ya dengan para praktisi PR rata rata praktisi PR itu bentrok nya hanya di top level management atau kalo misalkan di agency itu berhubungan dengan klien dan request – request dari brand atau teman – teman media teman teman jurnalis itu saja problemnya praktisi PR mungkin ditambah dengan krisis ya, karena	kaya yang tadi aku bilang begitu loh kaya misalnya ada perselisihan antar petinggi petinggi eksekutif di Seyong kemudian ada apa sih namanya itu kaya begitu pemenang tendernya sudah ditentukan siapa begitu, strategi publisitas nya itu menurut bu eksekutif nya itu sudah kuno begitu sudah old kalo dipake jaman sekarang begitu kan sudah gak relevan lagi dengan zaman yang sekarang lebih refered itu ya kita seharusnya lebih bisa	hmm untuk penggambaran konflik realitas PR dalam serial race ini si bisa ngasih beberapa pandangan dan realitis tentang tantangan yang dihadapi di PR ini kaya yang sudah aku jelasin tadi ya Race ini itu ngegambarin konflik apa saja sih yang dihadapi oleh praktisi PR kaya manajemen krisis, hubungan media, etika, nah makanya drama ini tuh menurut aku bisa memberikan pandangan yang autentik dan kredibel	hmm penggambaran mengenai konflik PR di Race ya ini sih yang saya tangkap bisa memberikan beberapa gambaran mengenai konflik apa saja sih yang dihadapi seorang PR, kalo di serial Race itu kan adanya manajemen konflik, krisis reputasi, konflik internal dan eksternal. Wah complicated deh ya jadi melalui serial ini pasti yang nonton akan langsung tergambarkan kaya ohh ini permasalahan yang dihadapi

					kan kita pasti ngalamin krisis tapi itu relate banget sih dan aku alamin juga dari karirku dari bertahun – tahun yang lalu.	<p>kreatif lagi begitu, terus kaya kemudian konflik sama media yang awal – awal scene banget ya kan kaya aku itu bingung begitu loh kaya disana itu konflik sama media nya itu kaya terkesan media tuuh peduli banget sama perusahaan padahal sebenarnya engga kok, orang jurnalis juga kalo engga kita kejar kejar dia gabakalan peduli sama apa ya eee aktifitas kita kemudian program program dikantor kita gitu loh.</p>	tentang dunia PR begitu. Terus yang aku inget sih ya tekanan dari atasan yang dialami oleh seorang praktisi PR. Ya menurutku sih konflik yang digambarin memang konflik yang akan dihadapi oleh PR	oleh PR, konflik nya ini dan mengatasi nya seperti ini. menurut pendapat saya memang konfliknya seru sih ya haha karena menantang, ada mengenai citra perusahaan, lalu internal kaya karyawan nya gitu mell
10.	Resepsi	Pengalaman	Bagaimana menghadapi dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi PR?	Kecamatan informan menjalani tugas dan fungsi yang sama sebagai Public Relations, namun informan 4 berbeda karena informan 4 bekerja di Pemerintah yang program nya berbeda	hmm untuk jalani dinamika pekerjaan as a PR itu harus ezaail banget sih, industri PR itu mungkin orang – orang liatnya pekerjaan yang stereotype nya adalah pekerjaan cantik begitu nya ya pertama buat cewe – cewe yang oh hmm kamu rapih, kamu progress bgt tapi kenyataan dari apa yang aku pelajari di kuliah di ilmu komunikasi di mascom yang juga mengarah majornya ke public relations dunia PR itu keras banget hm dan ternyata lebih banyak praktisi PR cowo di dunia PR itu sendiri karena kamu harus yang pertama cepet kamu harus berpikir kritis kamu harus	kalo aku sih pertama kita persamain dulu ini persepsi kita sama klien kita jadi kita harus tahu dulu objektif nya apa key message nya apa, terus kemudian goals akhirnya apa sih yang mau dia iniin gitu, nah cara menghadapi nya ya pertama kita persamaan dulu ini persepsi nya gitu loh dari apa namanya dari segi program yang mau digarap itu kira kira sudah bener belum dengan cara dan strategi yang seperti ini apakah relevan gitu dengan target audience nya kemudian eee yang kedua itu apa ya namanya kita harus bisa tetap ini si profesional dan memahami keinginan klien yang kaya walaupun kita sebagai konsultan disini tugas nya	segala sesuatu yang terjadi di PR itu karena dia sifatnya berhubungan dengan manusia itu semuanya sangat fleksibel dan tidak bisa kaku yang kaya ini harus begini ini harus begini nah bagaimana kita menjalani tugas kita as a PR pertama kita itu adalah titik tumpu komunikasi jadi menjadi penting gitu, apa key message yang bisa memenuhi kebutuhan customer kita, apa yang kira kira menjadi permasalahan mereka nah itu kita coba meminimalisir	menurut saya ya sebagai PR di pemerintahan agak berbeda dengan bidang PR seperti di perusahaan atau agency. Sebelum menjadi PR ini saya juga pernah di media menjadi jurnalis dan waktu itu saya memang sempat pernah berhubungan dengan beberapa PR di perusahaan yang berhubungan dengan semua employee dan rata rata mereka memang pekerjaan nya adalah humas ya menurut saya ada perbedaan yang mencolok sih cuman gamencolok banget sih memang sebagian besar pekerjaan dan tugasnya sama namun yaa saya ambil contoh misalnya kaya PR di perusahaan

					<p>siap sedia dan kamu mm gada namanya sabtu minggu itu kamu apa ya ah aku gabisa di hubungi ini karena lagi weekend soalnya dari apa yang sudah aku jalanin as a PR praktisi krisis itu gak mengenal waktu, request dari klien kalo lagi handle klien itu gak mengenal waktu, dan kita harus selalu up to date dengan timeline itu terus kita harus hmm stay in timeline dan juga pasti informasi yang akurat begitu jadi itu sih kalo dinamika dari aku.</p>	<p>adalah memberikan dia eee masukan, input, arahan gitu ya untuk menyampaikan strategi komunikasi yang bener begitu tapi tetap saja kita harus dengerin maunya dia jadi intinya sih kita harus bisa tetap mempertimbangkan dua sisi sih jadi bagaimana kita bisa memenuhi ekspektasi klien itu dengan bagaimana kita juga bisa memenuhi ekspektasi publik jadi harus satu benang merah tuh gitu</p>		<p>pertamina itu di pertamina biasanya mereka sebagai direktur komunikasi jadi kalo di pihak perusahaan itu lebih strategis karena biasanya ketika ada isu si PR pertamina itu langsung menjadi satu sumber yang patut ditulis sama media sedangkan kalo PR di pemerintah itu yang dilempar media akan mencari eee pimpinan daerahnya walikota atau wakil walikota untuk menjadi sumber informasi utama, jadi gak sestrategis seperti di perusahaan begitu, untuk menghasilkan publisitas di media massa maupun media sosial jadi kalo selama disini yang saya rasa ya kita tetap melakukan pekerjaan pekerjaan yang reguler seperti mengolah semua berita berita yang ada di pemerintah kota tangerang selatan kemudian di publikasikan melalui media massa maupun juga melalui media sosial kalo disini ya jadi gak bisa jadi sumber informasi utama bagi media massa Kalo untuk dinamika itu sebagai PR itu memang harus tahu segala galanya apalagi kalo di humas pemerintah daerah</p>
1 1.	Resepsi	Pengal aman	Bagaimana cara anda melakukan management	Keempat informan memiliki pandangan	kalo untuk manajemen konflik kebetulan	konstan konstan di kantor aku itu orang nya baik	oke kalo untuk manajemen konflik sebenarnya itu	hmm manajemen konflik di internal yaaa

			<p>konflik dengan rekan kerja anda dalam melakukan aktivitas PR?</p>	<p>yang sama dalam melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja yaitu dengan komunikasi atau diskusi</p>	<p>karena aku belajar komunikasi bertahun-tahun, biasanya aku akan coba discuss hmm kalo misalkan ini tergantung masalahnya ya seberapa besar dan seberapa berat begitu masalah tersebut. Kalau harus diselesaikan saat itu juga dan urgent, aku prefer untuk one on one session. Jadi kita ngobrol dan kita itu bisa menyampaikan pendapat atau apasih opini lo begitu, apa sih yang membuat lo berat begitu apa sih yang jadi challenge yang bisa kita selesaikan bareng bareng.</p>	<p>baik banget ya supportif, terus juga apa namanya berempati juga, terus juga kita kemudian karena sudah supportif jadi kita saling backup misalkan kaya eee apa namanya rekan kerja aku itu lagi kebingungan dan sebagainya begitu ya itu tuh pasti kita tuker pikiran kita open banget dengan namanya diskusi gitu loh diskusi sama tim jadi kaya sudah saling support banget sih.</p>	<p>sudah pasti ada ya cuman kan segala sesuatu yang namanya kita berhubungan dengan manusia itu semua ada levelnya konflik ini kan sekecil apapun bisa dikatakan sebagai konflik tapi levelnya seperti apa itu biasanya akan kita levering kalo dia masih cuman sekedar level rendah ya, kaya ohh aku lebih seneng seperti ini itu preferensi itu kita masih bisa obrolin di meeting biasanya nah sebenarnya kunci dari PR itu adalah ngobrol, jadi ketika kita mengalami konflik antara rekan kerja ya kita ngobrol kita siapin waktu kita ajak mereka untuk call ya kita obrol soal ini yuk diskus saja sebentar kira kira bagaimana semua harus diobrolin ketika dia kasih tahu ohh tantangannya solusi yang mereka tawarkan seperti apa jadi semuanya ngobrol semuanya itu harus di diskusikan untuk dicari jalan tengahnya gitu</p>	<p>saya rasa cenderung sedikit yaa konfliknya dengan teman karena kita bekerja secara tim gitu hand in hand gitu jadi semuanya saling membantu gitu ada konflik ya pasti berada di konflik media gitu sih kaya salah bidang media begitu. Kalo manajemen konflik di eksternal itu juga saya rasa juga apa gak ada ya karena kan disini tuh sistemnya saling membutuhkan, paling ya kaya konflik konflik seperti itu bersama sama meluruskan informasi apa yang patut untuk di informasikan dan di publikasikan di media sosial maupun media cetak</p>
1 2.	Resepsi	Pengalaman	<p>Bagaimana anda menanggapi perbedaan pendapat dalam fungsi PR?</p>	<p>Kempat informan memiliki pandangan yang sama dalam menghadapi perbedaan pendapat dengan cara diskusi dan mencari jalan tengahnya. Namun</p>	<p>iya, sebenarnya menjadi praktisi PR itu harus siap mendengarkan banyak perbedaan pendapat tapi harus bisa decision making pendapat mana yang kira kira</p>	<p>okee, kalo dengan tim rekan setim itu ya biasanya aku sih sudah punya opini yang sama ya sudah punya perspektif yang sama karena kita background nya sama sama PR jadi kita itu tahu mana</p>	<p>Kita cari jalan tengah, ohh dari mereka jalan nya seperti ini nihh ngobrol semuanya itu harus di diskusikan untuk dicari jalan tengahnya gitu nah krisis juga sama ketika</p>	<p>perbedaan pendapat ya hmm biasanya dengan pimpinan sih hehehe, mungkin biasanya kalo dengan teman ya dengan teman setim itu biasanya kita satu pemahaman gitu, satu</p>

				informan 2 dan informan 4 merasa bahwa tidak pernah berbeda pendapat dengan teman se tim karena sudah satu perspektif dan pemikiran	paling make sense untuk kita implementasi kan. Perbedaan pendapat itu pasti ada, cuman hm diantara perbedaan itu kita cari jalan tengah yang sekiranya balance dan banyak poin yang keangkut. kalo untuk perbedaan pendapat ee perbedaan opini dalam berdiskusi itu pasti selalu sama tapi aku selalu cari jalan tengah saja sih itu yang simply	informasi yang konteksnya sudah mengandung nilai, jadi kita itu sudah punya kesamaan jadi aku jarang banget beda pendapat sama rekan kerja aku sama atasan aku karena kita tuh sudah punya persepsi yang sama sudah punya pemikiran yang sama. nah biasanya sama klien ini dan sama pihak ketiga dan sama media kita nyebutnya kan thirdparty begitu. Kalo sama thirdpart dan sama media itu kadang kita perlu mengkomunikasikan lebih dalam lagi tentang kebutuhan kita loh caranya jadi itu sih yang lebih kita lobby lobby ke mereka mereka gitu loh kita membangun pemahaman ajaa sih jadi kayak kita kasih pengertian	kita menghadapi krisis kita harus ngobrol, kunci dari PR itu adalah komunikasi jadi kita harus ngobrol jadi ketika kita menghadapi krisis kita harus liat juga krisis nya levelnya sampe mana ohh kalo ternyata levelnya masih kecil krisisnya hanya sekitar maksudnya kaya gaterlalu banyak yang membicarakan di dalam komunitas itu berarti gaperlu kita apa namanya terlalu kita concern lah soal itu tapi kalo misalnya ini menjadi kasus yang besar itu baru kita harus eskalasinya sampe head Intinya kalo ada perbedaan pendapat ya kita discuss, ngobrol saja buat cari jalan keluarnya atau jalan tengahnya gitu	pemikiran gituu berbedanya biasanya para pimpinan begitu, biasanya mereka pimpinan mungkin karena sudah biasa gituu, sudah lama berada di dunia pemerintahan, biasanya mereka umumnya langkah penyelesaian nya berbeda dan kalo dari kami dari teman teman itu biasanya memberikan saran gituu pada pimpinan kalo ditindaklanjuti biasanya pimpinan itu memberikan alasan nya gituu. Jadi palingan di cari jalan tengahnya dengan diskusi tim mel, cari jalan terbaik nya. Paling itu sih mell
13.	Resepsi	Pengalaman	Dalam pengalaman anda, bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak – pihak terkaitnya?	Informan 1, 2 dan 3 memiliki pandangan yang sama dalam membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media, dengan adanya mediakit, medialunch, media coffe. Sedangkan informan 4 berhubungan dengan media terkait dengan advetorial saja bersifat B2B	hmm sebenarnya kalo bisa dibilang itu hubungan PR sebenarnya kita itu sering banget ee media itu pasti butuh banget bantuan hmm publikasi atau materi press kit dari PR untuk ngelead artikel mereka pada hari itu jadi cara aku memaintance jurnalis adalah aku gak hanya menganggap mereka sekedar oh mereka dari media tapi aku menganggap mereka itu lebih dari itu,	hmm ya kalo sama media sih jelas kita harus transparan, kita tuh harus kasih informasi sebisa mungkin yang apa ya namanya kan data berbasis kan fakta kemudian harus informasinya valid gitu loh, karena media sebenarnya jadi corong ya maksudnya corong untuk kita menyampaikan informasi gituu kepada publik sesuai dengan fungsinya juga media kan sebagai sumber informasi nah informasinya tuh kita darimana ya	okeee, jadikan mereka teman. mereka itu juga orang yang sama seperti kita tidak ada yang membutuhkan satu sama lain secara lebih perusahaan butuh mereka, mereka juga butuh perusahaan darimana kebutuhannya? Kalo misalnya dari media satu mereka pasti butuh informasi kalo memang ada informasi yang terkait dan memang dengan kebutuhan pembacanya mereka atau audiens nya	membangun dan memelihara hubungan yang baik yaa hmm apa yaa kalo sejauh ini kan memang tidak ada secara langsung gituu PR pemerintah itu karena syaratnya memang media massa itu biasanya langsung berhubungan dengan tim lainnya, kalo dari kitanya paling terkait dengan pemesanan advetorial begitu jadi hubunngan dengan media massa itu disini biasanya adalah kita menetapkan berita berita

					aku ngetreat mereka itu bener bener ngerayain ulang tahun aku ucapin sesimple aku inget keberadaan mereka, aku akan coba kirim kirim media kit, parsel di hari hari tertentu, dan kita bisa kirimkan itu ketemu teman untuk menjaga relasi dan hubungan baik antara company dengan teman – teman media, biasanya begitu sih.	ibaratnya media itu kaya apa ya namanya media itu kerannya kita itu selangnya begitu loh. Jadi media itu penyalur informasi kepada publik gitu, channel channel yang kita gunakan PR untuk menyampaikan informasi ya pasti menggunakan media gitu. aku ada pihak ketiga seperti komunitas jaman sekarang tuh kita gakaya hanya sama sekali berhubungan atau menjalin relasi sama media ajaa kita tuh juga sama komunitas sama regulator,	mereka gitu kan nah kita juga butuh mereka, kita butuh mereka untuk apa? Buat communicate segala sesuatu yang ada di perusahaan kita baik itu dari sisi produk atau dari sisi service atau misalnya untuk mengatasi krisis	yang ingin di publikasikan ke media massa itu nah itu biasanya hubungannya lebih ke sifat B2B bisnis to bisnis. Nah jadi membutuhkan untuk reputasi ya kita memesan istilahnya mengenai slot
1 4.	Resepsi	Pengalaman	Apa yang menurut anda menjadi tantangan terbesar dalam bekerja di bidang public relations saat ini?	Informan 1 memiliki pandangan bahwa tantangan terbesar PR saat ini adalah harus standby dan up to date. Berbeda dengan informan 2, 3 dan 4 yang berpandangan tantangan terbesar dalam PR mengenai menjalin hubungan dengan media.	hm mungkin tantangan terbesarnya adalah karena aku perempuan dan dunia PR itu adalah dunia dimana kamu itu harus standby dan bener bener up to date dengan company apapun atau klien manapun yang kamu lagi representasikan, yang lagi kamu handle. Kamu bener bener harus tahu banget banget aspek pemberitaan yang mungkin bahkan bukan ranah kamu.. Itu emm salah satu yang tricky dan jam kerja di dunia PR itu sebagai PR kita itu gabisa expect hmm normal normal saja kadang itu di hari kerja even aku sudah kelar jam kerja eh tiba tiba ada	tantangan terbesarnya kalo sekarang itu tantangan terbesar itu ya karena sekarang PR itu gak hanya menjalin hubungan dengan media tapi banyak stakeholders lain yang kita harus payattention sama mereka gitu loh kaya yang tadi aku bilang ada regulator, pemerintah, kemudian ada komunitas	menurut aku sebenarnya lebih kepada mungkin kita punya relationship yang kuat ya dengan media yang cetak tapi media digital lebih cepet updatenya gitu, jadi media digital itu lebih cepet updatenya jadi kita, tantangan adalah kadang kadang kita belum ngobrol ke media ya kita sudah harus konfirmasi atau bikin klarifikasi atau bikin rilis itu di sosial media duluan karena sosial media adalah hal yang paling pertama yang kunjungi ketika mereka menemukan satu isu gitu jadi memang tantangan sebenarnya menurutku bukan kepada the way communicated itu satu hal ya tapi	tantangan yaa hmm lebih ke media sosial sih, karena ya itu yang sudah saya sebut tadi kan media sosial itu informasinya itu sangat bias begitu jadi informasinya bias begitu kalo di media sosial nah itu itu biasanya berkembang sekarang banyak banget akun di sosial media kaya tangsellife yang memang memiliki followers lebih banyak dari humas kota tansel, kemudian wargatansel, mereka suka sekali gitu ya kadang apa ya bertindak sebagai media istilahnya media massa, , kemudian suka update informasi yang kadang positif tapi ya lebih banyak negatifnya hehe biasanya menggiring

					<p>sesuatu ini kaya harus aduh bikin presscon segera, aduh harus segera distribusi rilis, aduh harus segera bikin standby statement karena bakalan ada isu yang harus di klarifikasi dan harus cari cara untuk menghadapi suatu proyek. Itu sih yang challenging karena kan mm untuk perempuan itu biasanya ada fikiran untuk ah mungkin agak calmdown sejenak di karir, waktunya buat keluarga dan sebagainya. Tapi ya so far bisa ditangani.</p>		<p>menurutku lebih kepada needtime sih jadi memang kita harus segala suatu tuh harus cepet semuanya harus cepet kita menanggapi semua, semua harus dijalani</p>	<p>opini untuk akun aku seperti itu nah itu menjadi tantangan kita apalagi kan kami mengelola istilahnya apa ya wajahnya kota tangsel gitu kan nah itu yang kaya sulit ya. Jadi ya tantangannya paling tantangannya di media sosial sih mell, karena sudah begitu banyak sekali ya informasi informasi palsu sedangkan kita harus mengcompare mereka buat media sosial</p>
15.	Resepsi	Pengalaman	<p>Bisakah Anda jelaskan tugas yang biasa Anda kerjakan sebagai praktisi public relations?</p>	<p>Keempat informan memiliki tugas yang sama yaitu membuat release, artikel, presscon dan berhubungan dengan media</p>	<p>kalo untuk tugas day to day sudah pasti ya membuat pressrelease, lalu standing pressconferen ce. Karena kebetulan di digital agency itu kita bikin presconferen ce nya itu inhouse, presscon dan mediagathering itu hampir sama kita undang teman – teman media,request – request press material yang tertulis seperti hm factsheet, atau artikel. mungkin itu yang hmm jadi day to day. Lalu pastinya beraudiensi juga dengan rekan – rekan dari pemerintahan , dari kementerian, rekan – rekan media dan jurnalis pastinya lalu</p>	<p>aku itu banyak sih sebenarnya relate juga sama mata kuliah PR yang aku pelajari di bangku kuliah ya, masalah untuk fungsinya itu kita sebagai penyedia jasa kan kita itu pasti diminta sama klien bantuin klien buat merumuskan strategi komunikasi yang tepat kemudian membangun hubungan dengan pihak terkait stakeholder stakeholders yang bersangkutan dengan klien kalo dari aku fungsinya itu ya sudah jelas maksudnya kaya balik lagi ke kebutuhannya tugasnya kita kaya ngelobby itu udh paling penting banget ya, ngelobby</p>	<p>kalo aku karena kita di inhouse jadi bener bener semuanya, semauanya dalam artian segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan itu semua kan harus ada komunikasi kepada user sekecil apapun itu dampaknya, jadi mulai dari misalnya sistem maintenance kalo ternyata mereka lagi ada maintenance itu komunikasi dari kita, dari saya dan tim PR. Yang kedua kalo ada perilsan produk berarti kita yang siapin strateginya, mulai dari nanti kita sudah siapin bikin usernya, bikin launchingnya akan seperti apa kemudian apa saja</p>	<p>tugas dan fungsinya sama kaya yang sudah saya jelasin di awal sih, jadi di subkordinator penyelenggaraan diseminasi informasi dan kemitraan komunikasi publik ini ada dua pekerjaan utama yang pertama itu adalah mengolah konten dan merencanakan untuk ke media komunikasi publik terkait semua program yang dilakukan oleh pemerintah kota tangerang selatan lalu dikemas dalam bentuk berita maupun infografis ataupun video berita dan dipublikasikan melalui media sosial seperti instagram humaskotatang sel maupun juga di kanal pemerintah</p>

					hmm handling juga untuk publikasi bukan cuman media online dan digital. Dan yang pasti paling penting mengenai management krisis itu butuh strategi yang bener bener tricky cepet, hmm execute karena kalo gak bisa bad buat company.	media, ngelobby regulator, ngelobby pihak ketiga dan sebagainya itu itu sudah penting banget kemudian tugasnya juga harus dekat banget sama riset karena kita itu pasti berangkat dari data kan.	produknya pokoknya strategi nya yang bener end to end jadi dari awal bikin strategi nya.. nah kalo mediakit itu untuk media yang dateng	kota tangerang selatan dan juga di website berita.tangeran gselatann satu pekerjaannya lagi adalah mengelola hubungan relasi dengan media massa itu baik media massa cetak, media massa elektronik gituu. Kemudian dan juga dengan media online gituu baik media online seperti tribun, detik.com dan lain lain kemudian media online tangselpost paling itu sih mel biasanya tugas dan fungsi subkoor di PDIKKP. Jadi ya bikin release juga artikel juga gituu sih.
16.	Resepsi	Pengal aman	Bagaimana strategi yang Anda terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media?	Keempat informan dapat menjelaskan strategi yang dilakukan untuk mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik	hmm strategi sebenarnya sih standar ya emm kita drafting pressrelease terus kita distribusii ke teman teman media lalu hmm kita sebar rilis itu namun sudah disetujui oleh hmm narasumber yang dikutip yang jadi informan, atau memberikan statement dalam memberikan pressrelase tersebut. Lalu mungkin kita koordinasi sedikit lah dengan teman teman media terus regulation untuk menerbitkan pressrelease as artikel itu seperti apa biasanya begitu sih kalo untuk penyebaran informasi kepada media.	oke, jadi sebelum informasi itu disebarkan ke publik informasi itu harus banget akurat dan valid, kita gaboleh yang namanya merekayasa data, terus kita juga harus komunikatif juga sih ya banget, kita harus memahami lah referensi audiens kita tuh gimanaa sih supaya kita tuh tahu channel channel nya nanti yang digunain saluran komunikasinya itu maunya apa, pesan yang diangkat, isu yang dibawa itu jadi bener bener kalo di PR strategi nya itu terus kemudian message nya ini message nya ini paling penting penyampaian key message ini tuh paling penting banget	strategi nya sudah pasti kita communicate all the key, kita communicate the key message lewat channel channel komunikasi kita jadi komunikasi komunikasi itu bisa lewat sosial media kita komunikasikan semua di sosial media itu kemudian untuk beberapa hal yang misalnya penting yang memang kaya launching atau finding nah itu kalo memang dibutuhkan kita pakai media jadi kita bisa kirim rilis pers.	strateginya memang biasanya hmm berita yang butuh dikemas itu ini meliput beberapa dari program yang itu nah biasanya kita ada pemilihan pemilihan tayangan kaya apa saja kecapaian kecapaian pembangunan dan juga prestasi penghargaan yang di terima kota tangerang selatan nah itu diliput dan biasanya untuk berita nasional. Ya pokoknya yang bersifat nasional itu kita sebar kan lagi lewat media media massa nasional begitu, buat berita tapi kita kemas lagi supaya informatif

17.	Resepsi	Pengalaman	Bagaimana Anda menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif PR?	Keempat informan dapat menjelaskan cara untuk menangani situasi yang sensitif	hmm untuk nanganin sesuatu yang cepet butuh respons itu dengan standby ya, standby dan kita juga punya tim PR yang ngajak dan kita bekerja sama yang baik antar tim jadinya kalo ada koordinasi yang membutuhkan apapun itu related to PR hm cepet realtime entah itu informasi entah itu koordinasi, kerja sama susun rilis hmm ngonsepin media gathering atau presscon atau apapun itu yang urgent kita sudah bisa ready to go	hmm iya misalnya ini kaya balik lagi ya misalnya yang mau kita amplifikasi isu tentang sertifikasi halal gitu yaa, eee maksudnya disini kan mungkin beberapa kaum non muslim gitu teman kita dari kalangan non muslim tuh tidak terlalu mendalami lah tentang sertifikasi halal karena mereka kan juga dari kalangan non muslim yang maksudnya kaya tidak aware dengan hal itu jadi kita tuh harus bisa si menurut aku kita harus bisa membangun narasi narasi yang lebih umum yang lebih awam tapi tetap ada esensi nya tetap memenuhi nilai berita tetap memenuhi konteks konteks yang kita ingin sampaikan gitu loh	okee kalo kita ngomongin soal monitoring, monitoring itu dilakukan secara rutin, mau itu ada kasus krisis atau tidak ada kasus krisis itu berjalan sebagaimana mestinya sebagai sebuah rutinitas, karena kenapa kita harus terus terusan monitoring setiap hari walaupun gak ada krisis, kemudian untuk krisis pendekatannya berbeda pendekatannya sama yang kaya aku bilang tadi tergantung krisisnya ini level nya seperti apa kalo memang level nya sesensitif itu ya berarti memang kita harus standby apa saja misalnya pertanyaan dari user kita, harus obrolin dulu dengan tim gitu	eee butuh respons cepat ya, itu seperti di media sosial itu mel kaya kasus doa rosario gitu kan itu kan langsung viral begitu yaa lalu banyak banget yang bikin berita itu, kita kan ada grup whatsapp sendiri untuk subkooor ini koordinator ini gitu ya, nah mungkin dari kepala pimpinan atau kepala support begitu ya itu langsung ayo kita riset dan cari tahu untuk berita ini kira kira apa yang perlu dilakukan gitu. Kita semuanya diskusi gitu, biasanya dari pimpinan dulu sih yang mulai kasih saran mengenai kasus itu jadi ya kita komunikasi tim dulu dan merespons membantu untuk meluruskan permasalahan tersebut
18.	Resepsi	Pengalaman	Apakah Anda terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers? Bagaimana peran Anda dalam hal ini?	Keempat informan menjelaskan bahwa pernah terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan konferensi pers. Namun pada informan 4 ini mengatakan bahwa konferensi pers dilakukan sangat jarang.	aaahh iyaa, terlibat tentunya karena sebagai praktisi PR kita itu harus bisa handle bahkan mengorganisir pressconfrenc tapi mungkin yang beda adalah beban pekerja dan segi tanggung jawab nya ya dari awal aku dari PR officer itu pressconfren yang aku kerjakan memang one man standing jadi hmm di desain sendiri tapi dari segi skala pun itu beda. Lalu kalo semakin naik tingkat jabatannya	iyaa, kalo dibbilang sih memang terlibat sih karena aku yang handle proyek ini dari hulu ke hilir nya jadi kalo misalnya program program presscon tuh biasanya ada dua kickoff sama final, kickoff itu untuk kita memperkenalkan dulu dan kalo misal program sudah berjalan tahunan sudah anuall begitu ya pas kita tuh buat kita ngeremind lagi saja sih bahwa kita mau hadir lagi program ini buat tahun	kalo untuk acara itu biasanya end to end, kalo terlibat pernah juga kalo untuk konferensi pers dulu waktu kita ada launching crypto revolution terus habis itu konferensi pers ketika kita dapat standing terus event nya itu brand sport itu kalo event yang kita ada booth ya, kalo event lainnya biasanya punya event bareng kaya lunchend begitu sama dinar sama user kita tapi yang level gitu lah, perannya	hmm ohh iya kalo konferensi pers untuk pemerintah itu sangat jarang ya biasanya ee langsung turun saja ke lapangan kaya kemarin peresmian pembangunan itu ada di kecamatan daerah tangsel, nah itu biasanya disitu dilakukan disitu sambil pak wali dan pak wakil itu sambil mengelilingi pembangunan yang dilakukan disitu gitu jadi apa ya fotonya gak monoton di bentuk konfrensi pers,

				<p>biasanya itu lebih banyak di supervisi jadi kita lebih bisa ke sign man power atau teman teman PIC dari grup divisi lain untuk membantu berkontribusi dan ibaratnya menyukseskan acara pressconferen ce atau media gathering yang dibuat begitu.</p>	<p>ini gitu loh, dan presscon itu juga gak melulu tentang kita mau mengenalkan produk, mau mengenalkan brand, mau mengenalkan perusahaan, mau mengenalkan program itu engga presscon itu tuh balik lagi ke kebutuhan klien kita, misalnya dia mau memperbaiki reputasi, itu tuh butuh juga kan presscon, mau klarifikasi, jadi kaya apa namanya balik lagi ke kebutuhan klien itu tuh maunya apa gitu loh, apakah mau memperkenalkan, mensupport gerakan kaya isu boikot kemarin tuh kemarin kan salah satu klien aku juga kebetulan ada yang kena imbas dia dituduh ikut ikutan pro israel, pro zionist nah itu itu kita harus menjawab, mengklarifikasi supaya reputasi dia bisa kembali baik gitu loh citra dia ga terus terusan buruk, itu kita harus bikinn tuh presscon yang sesuai press release yang sesuai begitu loh untuk menjawab kebanyakan sih mungkin di peran aku ya lebih ke kaya kita penyusunan narasi sih jadi kaya supaya kita bisa menjawab tudingan tudingan menjawab pertanyaan pertanyaan dari publik itu</p>	<p>seperti apa perannya itu end to end dari awal kita bikin kita inisial meeting dulu kita kira kira mau bikin konsep seperti apa, apa objektif nya dari event ini kemudian kira kira jourmary nya akan seperti apa, kemudian budget nya berapa kaya gitu sih abis itu nanti kira kira apa saja kebutuhan nya siapa saja stakeholders nya yang harus dilibatkan dalam proses itu terus juga misalnya sudah ini sudah rampung ini strategi nya seperti apa keymessage nya apa, objektifnya apa, siapa yang ada disana, nah kemudian kita akan brief semua pihak pihak yang terlibat misalnya vendor set up oh kita mau bikin venue seperti ini, budgetnya sekian, tanggal sekian, kita nanti bakal ngecekin yaa kita akan ngecek ketika mereka loading, mereka set up sampe booth nya jadi nanti kita di event juga lihat ini kira kira berjalan dengan baik atau tidak, apa kekurangannya, apa objektif nya tercapai gitu, nah nanti kalo misalnya sudah selesai event nya baru kita bikin reportnya ohh kemarin dapetnya segini, objektif kita yang</p>	<p>biasanya kalo konpers kan meja gitu di tata terus depan depan nya media media kan nah kalo kita engga seperti itu sifatnya gak seperti itu eee konpers itu paling setahun bisa kaya sekali dua kali ya kaya misalnya nanti ada marathon kan nah disitu ada konpersnya, konpers nya itu biasanya dihadiri dan diawali dari dinas pemuda dan olahraga. Cuman untuk mobilisasi media massa itu biasanya dari kita mengundang media massa khusus untuk tangerang selatan di telegram itu nah itu paling diinformasikan disitu kalo memang dia ingin datang ke kontes marathon itu dan bisa disini paling ya itu tergantung dengan apa ya yang punya hajat lah. Jadi dispora yang ngadain konfrensi pers nya dari tim PR paling membantu mobilisasi untuk media massa nya saja gitu loh.</p>
--	--	--	--	---	--	--	--

					<p>tuhh kita menyusun narasinya seperti apa sih kan kita mau menggaet minat publik buat supaya aware sama event kita buat supaya partisipasi sama event kita itu narasi yang harus dibangun seperti apa gtiuu loh oh narasi tentang benefit, cec aku daritadi bicara banget tentang teknis maaf ya aku tuh kurang bisa ngejelasin konseptual karena kalo konsep tuh udh akademik banget kan aku itu bisa secara praktiknya gituu kann. Nah misalnya kaya bikin talking points nya jadi kaya kita itu harus bisa ngasih tahu ke klien ini loh yang harus lo omongin begitu kan nanti ada presentasi kan dari misalnya aku mau bantuin presscon buat perusahaan fnb gituu loh nah nanti aku itu harus bisa ngasih tahu ke mereka apa saja yang mau mereka omongin itu namanya talking points, terus ada juga namanya tren of reference kita harus buat juga kepada mereka buat supaya mereka tuh tahu apa point point apa yang perlu di highlight dan tidak perlu di omongin, nah itu talking talking points nya yang pertama. Yang kedua penataan, maksudnya kaya masalah ngundang</p>	<p>seperti ini ternyata tercapai sekian persen misalnya terus habis itu kita bikin reportnya berupa foto atau berupa video oh ini seperti ini, kalo misalnya konferensi pers nanti kita akan kontekan juga dengan tim agency yang biasanya kita minta bantu untuk inviting media gituu jadi kita siapin dari sisi inhouse tim agency akan siapin dari sisi outhouse nya jadi mereka yang invite misalnya mereka yang standby didepan untuk registrasi, pemberian mediakit, pemberian rilis pers, gituu dan nanti kita dapet database mereka nah kita maintance lagi relationship dengan media media itu, gituu deh</p>	
--	--	--	--	--	---	--	--

					<p>media, media invitation begitu kan jadi kita itu harus tahu juga mengkategoris asikan media media apa saja sih yang mau kita undang gitu loh misalnya kaya cetak apakah cetak ada yang bisa diundang atau mau online saja atau mau tv juga kalo misalnya isunya besar begitu ya, kaya misalnya aku di DPR itu pasti ngundang Tv, CNN, inews, dan lain2 tapi kalo misalnya kaya cuman peluncuran, cuman presscon pengenalan, presscon untuk tingkatin awareness saja itu tuh pasti kita enggak ngundang media media yang televisi gitu balik lagi ke audiensnya juga kan jadi kaya kita mengkategoris asikan media media apa saja yang diundang terus kemudiann menyerahkan yaa souvenir gitu ya namanya presskit, mediakit nah itu juga terus doorstep juga sih soalnya pasti ada sesi doorstep kan jadi yang paling kita mengawal si representatif dari klien ini misalnya kaya klien mau bicara itu eksekutifnya atau CEO nya nah itu tuh kita harus mengawal tuh wartawan itu, pertanyaan pertanyaan kalo misalnya kaya cukup sudah ya kita sudah gitu kan jadi lebih luas kaya</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>teknisnya lebih ke pengawas secara teknis sih kalo pada saat hari H nya tuh kita sudah fokus ke pengawalan teknis, tapi kalo sebelum hari H tuh kaya mempersiapkan n talking points terus kita kira kira bikin term of reference nya buat briefing terus kemudian kita mempersiapkan media kit dan perlu kamu tahu juga jadi dalam menjalin hubungan dengan media itu kalo di Korea kan di film Race dengan di Indonesia itu sangat berbeda, kalo dari korea itu mungkin karena budayanya bebas ya walaupun kita sama sama budaya timur tapi kalo aku lihat itu kalo korea kaya lebih bebas aja kan kaya ada itu namanya agenda minum minum sama wartawan, minum minum sama reporter, begitu tuh ada kalo kita tuh gak minum tapi pendekatannya lebih ke ada acara perjamuan makan siang sama media tuh ada namanya media lunch itu tuh ada dan aku paling suka sama job itu karena kita hanya makan disitu, terus media coffe ngopi ngopi sama media tuh ada. jadi kita pertemuan media yang mau kita ajak kerja sama untuk peliput untuk menebarkan presse release</p>	
--	--	--	--	--	---	--

						<p>dan sebagai itu kita sebelum presscon dan segala macam tuh kita pasti ajak mereka buat jamuan makan siang dulu kemudian ada media coffe juga kemudian abis itu jadi memang pendekatannya itu cara melobby nya itu seperti itu memang engga dengan uang ya maksudnya kaya kita engga memilih opsi memberikan uang karena secara etika PR nah ini bisa masuk ini ke konsep kamu nihh, kan kita dilarang ngasih penghargaan berbentuk uang, ngasih tanda terimakasihnya bukan bentuk uang, nah apresiasinya bukan bentuk uang cara cara pendekatan yang seperti itu kaya perjamuan makan siang dengan media, ngopi bareng media gituu, kalo barang dikasih lewat media kit pada saat presscon sebagai souvenir nya, yang peran aku yaa so far sih itu</p>		
19.	Resepsi	Pengal aman	Bagaimana Anda membangun dan memelihara citra baik perusahaan atau klien Anda di mata publik melalui pekerjaan PR Anda?	Keempat informan dapat menjelaskan cara membangun dan memelihara citra baik perusahaan di mata publik	kalo untuk bangun reputasi pastinya kita harus tahu dulu, pahami dulu karakter hmm dan juga USP dari masing – masing brand atau klien atau company yang kita representasikan atau kita handle begitu, setelah itu bisa explore angkat value value yang mungkin banyak orang belum tahu	Iya yang pasti sih hmm apa ya kita juga harus liat dan menganalisis dulu situasinya ya kita harus pandai pandai melihat situasi gituu kan, tapi kalo untuk caranya itu biasanya ada beberapa tahapan sih gituu kan kalo yang pertama itu mungkin kita identifikasi dulu kira kira hal apa atau situasi apa yang bisa atau permasalahan permasalahan	oke kalo memelihara citra baik itu kan yang pertama harus sesuai dengan regulasi yang ada, itu yang paling penting karena citra yang baik itu bukan Cuma di mata user tapi juga di mata pemerintah as a stakeholders kan jadi kita harus sesuai dengan regulasi dan undang undang yang ada tidak menyalahi	Jadi ee karena orang Indonesia itu cenderung menggunakan media sosial untuk membangun citra baik itu di media massa itu jarang banget yaa kaya kurang gituu bahkan tv pun sekarang sudah mulai ditinggalkan jadi kami bersama tim membentuk citra positif mengenai humas tangsel itu melalui

					<p>dan kita pastinya harus membuat image image yang positif, pemberitaan dan publikasi yang positif untuk teras mimpin image positif dari company yang kita handle.</p>	<p>apa yang dengan perusahaan aku hadir itu bisa menjawab permasalahan itu kaya misal tadi aku bilang lagi kan pengangguran karena permasalahan utama di Indonesia adalah pengangguran jadi mungkin aku dan tim bisa menjawab permasalahan itu dengan program media selain untuk menjalankan tanggung jawab sosial dia ya sebagai perusahaan ya dia juga bisa mendapatkan feedback berupa citra yang baik begitu loh berupa empati dari masyarakat, penerimaan dari masyarakat, jadi bisa kita lihat dulu sih permasalahan apa sih yang pemerintah itu gak bisa secara efektif menuntaskan nah disitu peran PR adalah mengisi kekosongan yang gak bisa di selesaikan sama pemerintah, atau pemerintah bisa cuman kurang bisa efektif atau kurang oke atau kurang strategis program nya jadi dibantu itu sama kita sebagai PR PR dari klien ya kita coba kasih konsul dan ide ke klien buat coba angkat berdasarkan dari data ini mungkin program yang bisa menjawab permasalahan sekaligus memperbaiki atau</p>	<p>ketentuan yang berlaku terus juga yang menjalankan peraturan kaya misalnya di Indonesia itu kalo untuk crypto kalo dia sudah terdaftar dia itu harus ada yang namanya sistem know your customer jadi semacam proses verifikasi kalo di perbankan jadi itu harus ada di dalam produk kita, di dalam aplikasi kita, apalagi misalnya kalo di crypto itu selain ada proses itu itu juga ada namanya proses apa ya kaya kita itu harus submit beberapa dokumen lah gitu untuk klien klien yang memang invest nya dalam jumlah yang besar gitu terus apalagi untuk memelihara citra ya kalo menurut aku si kalo untuk citra baik itu ya kita biasanya harus menyampaikan informasi yang sesuai ya produk kita itu gaboleh kita over promise, jadi kita ngasih tahu semuanya mekanisme nya seperti apa, syarat dan ketentuan nya apa jadi kita harus jelasin itu jadi ya masalah dibaca atau engga sama user kan itu satu hal yang lain ya atau dari kita kita sudah memberikan informasi yang terkait gitu. Dan tidak mengeluarkan statemen statement</p>	<p>media sosial begitu ya melalui ig humas kota tangsel itu dari tim memang sebisa mungkin lah mengemas pesan atau postingan itu semenarik mungkin. Ya bahkan tadnya kan cuman sebelum 2021 masih bentuk foto ada berupa slide kemudian dibawahnya berita kita begitu berita rilisnya nah kalo sekarang sudah mulai dikemas berbeda gitu dibuat dengan berita video sekarang kan orang orang suka reels gitu kan karena males baca lebih suka melihat video begitu kan kaya di tiktok, nah cuman untuk di tiktok kita memang belum punya karena ya di instagram saja kita masih agak kewalahan ya gitu mengelola itu gitu lewat reels itu kita juga ada videografer nya misal kaya kemarin peresmian itu dibuat voice overnya jadi biasanya kan masyarakat maunya dengerin ajaa begitu gak mau baca dari dengerin itu kita tau tuh berita berita ada apa saja sih gitu mel paling, ya paling citra positif nya di media sosial saja sih mengenai postingan postingan dan kalo di terpa isu negatif itu biasanya tergantung masyarakat</p>
--	--	--	--	--	---	---	---	---

					<p>meningkatkan reputasi ya mungkin coba lakukan dan jalankan program program nya kalo engga yaa intinya sih sebenarnya sekarang itu media tuh sudah apa ya sudah selektif ya dalam menayangkan berita dia kalo misalnya memang gada newsvalue nya gada adsensial dan konteks dan ga informatif gitu loh, gak memenuhi kebutuhan informasi publik begitu loh, itu dia juga males malesan nayangin nya gitu loh jadi kita juga harus melihat lah biasanya format seperti apa sih konteks seperti apa sih yang media itu mau nayangin gitu.</p>	<p>bersentimen negatif kaya begitu sih sebenarnya</p>	<p>dan untuk isu negatif yang besar nya sih engga ya gak pernah, yang saya tahu kan dari teman teman daerah lain begitu tanggerang selatan itu sebagai kota yang maju gitu. Citra baik nya juga kita bikin program program yang membuat masyarakat kagum atau mendapat pandangan positif gitu. kan yang saya tahu gitu pandangan orang orang tapi biasanya ya itu tergantung di media sosial itu akun akun yang berperan seolah olah sebagai media massa padahal bukan media massa ya kan mereka hanya bikin akun, karena siapapun bisa bikin akun kan dan tiba tiba followersnya banyak kemudian menginformasi kan hal hal yang membentuk opini negatif ke pemerintah kota tangerang selatan gitu kan jarang update berita positif nya kaya misal lampu jalanan mati nihh tangsel telat, nah biasanya gitu tuh akun akun media sosial gitu jadi membawa opini publik bahwa pemerintah tangsel ini telat gitu padahal ada tuh foto dimana bagian bagian dinas terkait itu melakukan perbaikan lampu di tangsel ini seperti itu mel</p>
--	--	--	--	--	---	---	--

20.	Resepsi	Pengalaman	Dalam pengalaman Anda, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana Anda mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?	Keempat informan dapat menjelaskan mengenai persaingan yang terjadi dalam PR	persaingan sih menurutku, hmm gatau ya aku jarang menganggap praktisi pr lain itu sebagai saingan karena di dunia yang semakin advance yang makin butuh profesi PR justru lebih menguntungkan bagi kedua belah pihak kalo hmm para praktisi PR ini itu berjaring atau netmarketing karena banyak banget informasi yang bisa di share buat di praktekin yang mungkin kita gak bisa dapetin saat kuliah atau hmm cuman sesimple pengalaman kerja enam bulan satu tahun itu mungkin kita gak bisa dapet kalo kita ga sharing dan berjaring sama teman teman praktisi PR begitu jadi menurutku aku gak pernah nganggap praktisi PR yang lain itu saingan atau kompetisi begitu ya hmm saingan, melainkan aku belajar banyak sih dari mereka untuk bisa ngedevelop PR yang lebih baik lagi	ohh oke ya mungkin kita harus identifikasi, sebagai PR itu kita harus proaktif dalam menelaah menelisik gitu ya unik selling point USP dari perusahaan kita yang membedakan brand klien kita dengan brand kompetitor itu apa sih gitu kan, misalnya brand klien kita tuh punya brand skincare lah yaa brand klien kita itu sudah ga menggunakan animal testing gitu deh kalo gak salah, jadi steril dari binatang, ohh animal free pokoknya lah ya yang udahh bebas dari unsur kehewan gitu ya karena kan kita semua kan tau ya maksudnya kaya sekarang kan hewan itu kan langka karena dia digunakan buat elemen atau komponen atau unsur di suatu skincare gitu kann nah misalnya brand kita udahh bebas dari unsur kehewan itu jadi pasti kita mengangkat itu, kita pasti mengamplifikasi jadi kaya karena kita sudah tahu USP nya adalah brand kita sudah bebas dari unsur kehewan kekejaman pada hewan, yang pasti kita akan mengangkat itu kita pasti disetiap narasi pressrelease disetiap narasi materi materi promosi, di materi materi komunikasi nya pasti kita	oke kalo terkait persaingan menurut ku ga cuman di dunia PR ya, all company pasti juga ada persaingan misalnya naik jabatan dan sebagai macem itu sebenarnya di semua perusahaan ada, persaingan bisnis, antara satu bisnis dengan bisnis lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk mendapatkan kolaborasi dengan produk atau misalnya dengan brand lain atau dengan perusahaan lain juga itu pasti ada, kalo secara internal menurutku itu semua kembali kepada individu masing – masing si sebenarnya, karena kita gak bisa bilang bagaimana cara mengatasi itu menurut ku itu gak bisa diatasi, itu kalo dari sisi PR gak bisa diatasi. Karena PR itu we communicate the key message form the company to be outside, ke publik begitu kan jadi bukan internal nya gitu yang bisa mengatasi permasalahan di internal mengenai konflik itu ya HR, bagaimana HR bisa membuat jenjang karir yang bagus bagaimana mereka bisa membuat sistem penilaian yang tepat yang lebih efektif dan lebih berimbang itu	kalo persaingan dengan pemerintah lain ya gak ada sih sebenarnya, karena punya penilaian masing masing justru malah nganggap nya bukan persaingan kecuali memang biasanya kan kalo PR PR atau humas itu ada namanya APRI atau ikatan humas pemerintah begitu nah paling dari situ suka ada lomba lomba pembuatan konten atau pembuatan artikel artikel dari situ sih baru persaingan, lomba lomba gitu. Jadi kalo untuk mengatasi persaingan ya sebenarnya tergantung penilaian masing masing hal tersebut persaingan atau bukan begitu, kalo perlombaan ya paling persaingannya kaya begitu saja kalo persaingan setiap hari nya sih engga malah kita kaya jalanin saja, malah PR kota tangsel ini seringkali liat konten konten media sosial pemerintahan lain gitu, yang dirasa menarik akan kita lakukan amati, kemudian tiru, terus modifikasi sedikit gitu mell
-----	---------	------------	---	--	---	--	---	---

					<p> bakalan masukin itu buat menjelaskan bahwa ini loh pembeda kita antara skincare kita dengan skincare kompetitor gitu sih paling untuk persaingan gitu sih pertama tama, menentukan USP, yang kedua kalo sama agency lain sih persaingan nya bagaimana ya karena sekarang tuh di Asosiasi public relations Indonesia itu tuh sudah ada spesialisasi nya masing – masing jadi misalnya ada agency PR itu fokusnya ke public affairs gitu kan, agency ini fokusnya ke media relations, corporate communication , training, kemudian karakter building dan sebagainya. Jadi kalo persaingan antar brand atau antar pelaku pelaku praktisi praktisi PR atau agency itu udahh engga ini sih engga apa namanya ga kompetitif sih karena malah kita saling kolaborasi gitu loh, karena kita tergabung dalam APRI kan jadi kita malah saling support saling membantu jadi sudah kaya gada rebutan rebutan klien itu itu sebenarnya sudah sangat jarang ditemukan sih karena sudah ada spesialisasinya masing – masing, kalo </p>	<p> sebenarnya scoop nya HR jadi bukan scop nya kita as a PR. Kalo misalnya masih kurang baik ya berarti bagaimana tim HR nya mengelola sebenarnya. Nah kalo untuk persaingan eksternal ya itu kembali lagi seberapa bagus kita bisa pitching ide kita ya disana sudah main nya adalah strategi bagaimana strategi yang kita tawarkan apakah sesuai dengan perusahaan atau klien yang ingin kita gaet misalnya gitu kan terus juga ya main di lobby juga seberapa jauh kita bisa dekat atau bisa melobby orang yang punya ruang untuk memberikan keputusan terkait itu nah kalo bagaimana cara melobbynya ya balik lagi, semua company pasti punya nya sendiri, punya cara masing masing gitu, baik itu cara baik maupun cara buruk itu semua kan tergantung subjektifitas masing masing begitu makanya dunia PR ini gak bisa di bilang sebagai dunia yang hitam putih karena segala sesuatu nya itu abu abu gitu emuanya abu abu menurutku ya tapi yang bisa kita lakukan adalah selama segala sesuatu yang kita lakukan itu sesuai dengan aturan </p>	
--	--	--	--	--	---	---	--

					<p>misalnya kantor aku itu tuh spesialisasinya tuh kalo boleh cerita dikit itu kita di media relations kemudian di manajemen krisis juga kemudian di sosial media manajemen, event begitu sih, jadi udahh punya spesialisasi nya masing – masing jadinya gak ada persaingan gitu</p>	<p>perundang undangan dan regulasi yang berlaku dan tidak menyalahi norma atau etik yang ada masih bisa dijalankan gitu jadi kita hanya berusaha untuk melakukan secara sehat gitu tapi semua ada pro dan kontra nya gitu kalo misalnya di dunia PR kaya kamu bilang tadi kan berarti mereka agency kalo di PR inhouse sih PR itu biasanya dulu kita pernah saingan sama tokoh crypto kayanya dulu untuk dapetin gozali jaman nya gozali lagi booming boomingnya ya kita berusaha untuk ngelobby tante nya yang saat itu menjadi manager dia, entahlah dia sudah duluan dikontrak oleh toko crypto ya mau gamau kita harus terima begitu kan terus juga apalagi biasanya si mungkin kalo persaingan diluar itu lebih ke persaingan user ya bagaimana kita menghadirkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan marketi kita terus juga mungkin persaingan untuk mendapatkan brand ambassador misalnya dulu kita sempet kepikiran mau pakai lisa blackpink, tapi ternyata lisa blackpink</p>
--	--	--	--	--	--	---

							<p>sudah kontrak sama yang lain. ya kalo sudah kaya begitu masalahnya bagaimana cara kita bersaing as a PR ya kita gak bisa ngapa ngapain. Kita cuman bisa pitching dan kemudian kalo emmang levelnya sudah diatas itu ya mau gak mau ya yang main disitu vbukan lagi cuman PR, yang main disitu ya harus selevel bagaimana mereka bisa mencari orang yang punya koneksi lebih kuat untuk melobby lisa dan manajemenny a gituu nah saat itu kita salah start gituu.</p>	
2 1.	Resepsi	Pengalaman	<p>Bagaimana menurut Anda praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis di dalam pekerjaan mereka?</p>	<p>Kecempat informan dapat menjelaskan ketika menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis di pekerjaan PR</p>	<p>sebenarnya hmm ini itu agak tricky karena kadang kita sebagai PR itu pasti punya prinsip yang kita pegang teguh tapi mungkin berseberangan atau berlawanan dengan apa yang kita representasikan seperti company, institusi, brand dan lainnya. Kalo menurut aku sendiri kalo untuk handling case case seperti ini kita harus bisa mendefined terlebih dahulu dan dari diri kita sendiri itu sudah bisa tahu mana yang jadi prioritas kita mana yang bisa kita dahulukan nilai nilai idealitas kita atau</p>	<p>menurut aku yang penting kita balik lagi harus kembali ke etika ya walaupun aku sebenarnya juga gak hafal banget secara baku nya gimanaa kode etik PR cuman setidaknya kita punya pegangan, maksudnya kita tahu lah kalo kita itu terikat dengan kode etik gituu loh walaupun sebenarnya dalam beberapa hal kadang kadang kode etik itu kita bisa tetap taat tetap patuh sama kode etik cuman kita juga harus tetap memperhatikan kebutuhan klien dan situasi yang ada gituu cumann kembali kita ke kode etik sih misalnya kaya kita harus jujur dalam menyampaikan informasi gituu itu itu sudah paling penting</p>	<p>hmm kode etik PR yaa, okee as a context aku bukan anak PR aku bukan anak ilmu komunikasi jadi sebagai praktisi PR aku itu learning by doing, kalo di dalem kode etik PR jujur aku gak tahu kode etik PR itu bagaimana, jadi aku gatau apa namanya kode etik PR seperti apa kalo dalam teori nya gituu ya tapi yang bisa aku tawarkan adalah selama aku menjalani PR itu ya kita tidak user blowing yang pertama jadi misalnya kita bilang A di komunikasi company kita tapi ternyata kita juga misalnya lets say bikin akun lagi yang lain untuk cepu ya jangan lah tidak boleh lah yakan atau</p>	<p>hmm menurut saya kalo yang ada kode etik gak cuman PR saja yaa karena setiap profesi itu pasti ada kode etik nya kan dulu saya sebagai jurnalis juga ada kode etiknya harus kode etik itu kan dibuat adalah untuk eee apa ya supaya profesi itu tetap pada jalurnya gituu. Kalo jurnalis dulu kan biasanya kode etik jurnalis itu dulu kan biasanya tidak boleh menerima bentuk hadiah atau suap apapun dalam pembuatan berita, kalo di PR kan kode etik PR adalah tentang ya kita memang untuk ngebranding kota begitu ngebranding pemerintah daerah begitu jadi yaa gimapun menurut saya memang harus</p>

					<p>perusahaan begitu, mana yang lebih besar manfaatnya kalau misalkan kita implementasi kan buat bareng – bareng buat publikasi yang positif buat generate reputasi yang lebih baik lagi mana yang lebih bisa didahulukan cuman kebanyakan biasanya aku adjusting jadi hmm gak terlalu idealis melainkan cari pemikiran dan prinsip yang lebih rasional yang sesuai dengan keadaan saat itu.</p>	<p>kita gak boleh memperparah konflik dengan untuk mengambil keuntungan sendiri begitu loh untuk supaya kita agency kita dipandang agency yang berhasil menangani krisis atau menangani pemberitaan strategis komunikasi yang baik kita itu tidak mengabaikan nilai nilai moral norma norma umum, kita juga harus memperhatikan banget yang namanya etika adab budaya tuh sangat jadi landasan kita sih dalam merumuskan setiap program program atau strategi strategi komunikasi dulu tuh apa ya aku itu diajarin kode etik PR. Yaa intinya sih kita ya harus profesional terus kaya gaboleh jadi karena dengan program kita antara satu pihak dengan pihak lainnya menjadi teradu domba atau jadi saling menimbulkan pertentangan itu tuh gaboleh, jadi kita harus perhatikan juga sih apa namanya kepentingan masyarakat luas itu seperti apa kemudian kepentingan publiknya tuh bagaimana sehingga program yang kita buat pun gak bertentangan sama nilai nilai tersebut sama kepentingan publik juga gitu sih</p>	<p>misalnya kita cepu ke company lain ya gak boleh dong begitu kan, terus as a PR ya we have to kita harus selalu berusaha untuk menyampaikan key message kita sih yang menciptakan citra baik dari company kita gitu dan apa namanya aku juga belum pernah sih sampe kaya berada di kondisi yang menyalahi etik begitu yaa company nya jadi kayanya aku gak bisa komen banyak deh soal ini.</p>	<p>mengacu pada kode etik itu karena kan ini terkait dengan profesi yaa dan memang harus profesional gitu.</p>
2 2.	Resepsi	Pemakaian	Bagaimana menurut anda representasi	Keempat informan berpendapat	<p>Hmm kalo ini sih aku liat cukup banyak</p>	<p>ya kaya yang aku bilang tadi, ada perbedaan</p>	<p>kalo itu sih sama ya, jadi memang kita</p>	<p>hm ya paling kalo kesamaan nya ya gitu</p>

		Informan	<p>tugas dan fungsi public relations dalam serial "Race"? Apakah anda melihat adanya kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan anda sebagai praktisi public relations?</p>	<p>bahwa adanya kesamaan tugas dan fungsi yang di serial Race dengan kehidupan informan.</p>	<p>kesamaan ya karena kan hmm sama sama sebagai praktisi PR meski memang kalo di dalam drama bakal di bumbuin hal hal yang lebih ya lebih menarik lah untuk konflik drama itu sendiri dan mungkin perbedaan yang di rasa adalah perbedaan dari segi company culture karena hmm perbedaan di korea dan di Indonesia itu dari segi pekerjaan hmm konflik dan segala macam itu gak sama jadi mungkin gak sama jadi mungkin gak terlalu relate disitu tapi so far kalo untuk tugas dan fungsi PR in general serial Race itu sudah cukup merepresentasikan apa yang terjadi di industri PR.</p>	<p>terletak di faktor budaya ya jadi budaya di Korea mungkin lebih bebas walaupun sama sama asia tapi mereka tuh aku rasa lebih fleksibel lebih bebas dalam menentukan cara cara ngelobby media, ngelobby klien, ngelobby atasan, ngelobby pihak ketiga gitu loh jadi menurutku kalo di Indonesia itu kan kita terikat sama yang namanya norma budaya tatakrama begitu begitu kan nah itu sangat sangat penting lah apalagi di beberapa daerah kaya misalnya di jawa atau di daerah daerah sumatera begitu kan masih sangat memegang erat memegang teguh nilai budaya kan nah itu itu kita perhatiin juga jadi kaya gabisa tuh kaya kita ngelobby media dengan cara cara kaya yang minum kaya yang aku bilang tadi makan malem sih masih relate ya karena yang aku liat di race itu kan ada makan malem juga ya nah kalo itu masih relate, kaya kemarin ada buka puasa bersama sama media, kemudian juga ada buka puasa bareng tim begitu itu kaya misalnya ada syukuran apa gitu masih okee masih sejalan dan masih sinkron dan masih</p>	<p>bikin release, kita bikin talking points, kita edit release kita, kita review release kita, kita kerjasama dengan middle complaints dan public policy untuk release kita sebelum release kita disebar, kita kerjasama dengan media, kita bikin event terus abis itu kita bikin strategi event, kita undang media ke event kita, kita treat media sebaik mungkin, kita mainten relationship, apalagi ya banyak sih PR itu intinya adalah jembatan antara perusahaan dengan publik jadi kalo jembatannya tidak bagus apapun yang disampaikan oleh perusahaan itu pasti gak akan nyampe ke publik gitu. Jadi ya setelah aku nonton serial itu, aku ngerasa sama kok apa yang aku kerjakan sesuai dengan apa yang ada di serial Race, karena PR pasti memang ngelakuin itu. Apa yang sudah aku jelasin tadi kan tergambar juga ya hehe di serial race</p>	<p>mell, yaa bener kalo di race itu kan dia ada kaya ngelakuin tugas mengenai hubungan media dan penempatan media kan yang berhubungan baik dengan media massa maupun media online nah iya itu bener mel, yang di race itu bener ada lah pendekatan dan berhubungan dengan jurnalis itu bener mungkin dengan wartawan gitu, lalu melakukan publisitas itu melalui media sosial nah itu kan sama ya di serial race itu kemudian ee riset juga ya tim PR melakukan riset yang sama dengan yang ada di serial, kadang kita sampe turun ke lapangan buat riset, lalu bertemu dengan dinas terkait nah dari yang saya tonton memang mirip tuh menurut saya dengan serial Race, paling ya perbedaannya ya karena itu dia kan di PR Joa itu bentuknya adalah agency yang artinya branding nya itu bermacam macam klien gitu kan nah beda beda biasanya, kalo kita kan yang perlu di branding nomor 1 ya itu pemerintah kota tangerang selatan gitu. Beda nya ya disitu saja sih mel, oh iya kalo di perusahaan PR nya itu</p>
--	--	----------	---	--	--	--	--	--

					<p>sama cuman untuk budaya kaya minum minum terus kemudian memisahkan hubungan profesional dengan hubungan pribadi tuh juga itu sih jadi penting ya jadi kaya kita tuh harus bisa memisahkan maksudnya kaya diluar kita sama klien kita ternyata teman tapi saat pada bekerja walaupun dia teman kita tapi kita tetap harus bisa profesional harus bisa memenuhi kebutuhan yang dia butuhkan kita juga harus bisa menjaga kerahasiaan gitu sih paling</p>		<p>memang tujuan nya adalah membentuk citra supaya ada feedbacknya berbentuk profit gitu buat perusahaan itu, yang artinya kan hidupnya dari keuntungan perusahaan. Nah kan kalo di pemerintah kan tidak gitu kita bekerja memang untuk masyarakat yang artinya yaa sebenarnya yang tadi dibilang ya PR PR perusahaan gitu karena kita kan tidak mengejar profit tapi kita untuk pelayanan saja kemudian apa ya bedanya lagi kayanya lebih itu sih, untuk pekerjaan tugas dan fungsi lainnya ya kurang lebih sama seperti riset juga, hubungan media, publisitas buat media massa dan media sosial itu juga sama kemudian untuk management nya dan training karena kan kita memilihnya teman teman yang punya latar belakang, rata rata disini yaa sarjana lulusan ilmu komunikasi mel, teman teman saya disini berbeda kampus tapi sama sama jurusan ilmu komunikasi gitu. Jadi rata rata disini di training nya itu paling dikasih tahu tentang PR disini tuh ya terkait dengan urusan urusan media massa dan</p>
--	--	--	--	--	---	--	---

								media sosial gitu, rata rata mereka sudah praktisi sih sudah berjalan sendiri. Ohh iya kalo kita itu sekarang mau ada pelatihan sih pemuda pemuda di selatan tuh anak anak pamulang gitu bagaimana menulis berita, bagaimana mengolah video atau foto gitu dan ada kegiatan lainnya. Jadi training nya atau bentuk pelatihannya begitu. Soalnya Indonesia dan korea beda juga sih, tapi tetap untuk tugas dan fungsi PR nya sama kok mel
2 3.	Resepsi	Pemaknaan Informan	Karakter utama yaitu Park Yoonjo di dalam drama tersebut mengalami situasi krisis dan manajemen reputasi, pada scene dimana ia harus memperbaiki reputasi perusahaan bahwa Seyong melakukan kesalahan dengan adanya perekrutan buta. Bagaimana menurut anda cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi? Lalu, menurut anda apakah cara yang dilakukan oleh Park Yoonjo sudah tepat?		hmm sebelumnya aku mau kasih tahu kalo tugas PR itu sebenarnya macem macem banget, bahkan aku gak bisa mendefinisikan krisis mana yang muncul, dan ternyata krisis yang muncul itu kadang ajaib ini nyeleneh kaya yang di representasikan juga di serial Race begitu. Mungkin beberapa orang yang awam itu gapaham begitu kaya kok bisa sih kaya begitu dijadikan krisis sebagai PR tapi kenapa sih itu bisa dijadikan krisis karena itu menyangkut reputasi nama baik dan juga hm citra dari petinggi, ada berapa konotasi2	ohh jadi menurut aku ya transparansi kepada publik, jadi mungkin menurut aku ya manajemen reputasi Seyong setelah si ibu CCO nya dateng itu tuh jadi tertata banget, jadi terkontrol banget gitu ya jadi teratasi lah dari kehadirannya dia gitu ya, pertama tuh dia bilang kan strategi publisitasnya emangg gak okee, terus kemudian bener kan ternyata emangg gak oke karena publik mengiranya jadi kaya kok ada si perekrutan tanpa kualifikasi dan jadi mempertanyakan kan jadi menurutku manajemen reputasinya tuh bener banget kata bu CCO nya itu dimulai dari tim internal dulu jadi gak	hmmm kaya yang tadi aku bilang kalo mengalami krisis ya itu kuncinya adalah ngobrol, kunci PR kan komunikasi jadi kita harus ngobrol ketika kita menghadapi krisis itu, dilihat juga level krisisnya seperti apa sih apakah memang sampai booming dan viral atau masih kecil kaya gaterlalu banyak yang membicarakan gaperlu lah kita terlalu concern begitu, kecuali kalo memang sudah viral baru kita ada step stepnya kaya eskalasi tim PR dulu, kalo masih gak bisa ya ke head, kalo gak bisa juga yaa ke atasannya lagi. Jadi ketika ada krisis ini tim ini harus diskusi bagaimana	seperti yang sudah saya sampaikan sebelumnya untuk mengatasi krisis, biasanya saya dan tim disini justru malah bekerja sama gitu, kita disini semua satu tim jadi jarang banget ada krisis internal, kalo eksternal yang tadi sudah saya sampaikan ya mel. Kalo krisis internal sih jarang karena gak ada yang saling menjatuhkan sih karena ya itu saling terkait satu sama lain. semua permasalahan yang ada tuh harus bisa dikomunikasikan dengan tim mel, jadi kita sama sama kumpulkan ide bagaimana caranya menyelesaikan situasi yang memang krisis, terus dalam manajemen reputasi yang

					<p>media corporate yang ditampilkan mengenai itu khususnya nah itu adalah tugasnya PR juga sih buat handle buat klarifikasi bagaimana sih supaya bisa memperbaiki citra yang buruk jadi lebih baik lagi begitu. nah untuk menjawab pertanyaan kamu sebelumnya, menurut aku sih sudah tepat yang direpresentasi kan dalam drama begitu karena balik lagi ini kan serialnya hmm mengangkat industri yang ada di kehidupan nyata cuman ada berapa pakem – pakem yang disesuaikan dengan hiburan atau konflik entertain jadi aku gabisa bilang hmm cara ini salah atau cara ini lebih baik karena itu kan semuanya sudah terplot di dalam serial tersebut. Tapi kalo dari sisi aku dan perspektif aku sebagai penonton menurut aku sudah cukup oke sih untuk penyelesaian dan problem solving yang ditampilkan di drama race tersebut.</p>	<p>boleh nihh ada kaya kesenjangan antar tim atau saling kaya ada sentimen atau sinis antar tim, karena kau liat kan ParkYoonjo ini kan dapet perlakuan gabaik kan dari atasan nya dari rekan rekannya apa yang dia lakuin itu seolah olah salah gituu terus kaya dia itu dapet sentimen yang gabaik lah diperlakukan sinis segala macem nah dari situ ajaa itu mereka tuh sudah gak kompak jadi sudah jauh dari keharmonisan, kekompakkan begitu sudah gak solid lagi nah menurut aku manajemen reputasi yang terbaik ya dengan cara kalo misalnya kita sebagai cooperate PR ya kita tuh harus menyatu dulu, harus kompak dulu, harus apa namanya saling memahami satu sama lain, saling support satu sama lain, jadi iklim yang terbangun pun juga dirasakan sama publik begitu loh jadi kaya ohh iya perusahaan ini tuh kaya perusahaan yang solid banget ituu unilever gituu loh misalnya ya contoh ajaa, oh iya aku liat dari program nya tuh bikin karyawan nya itu tambah kompak terus misalnya aku juga liat dair instastory para, makanya aku liat tadi yang ibunya bilang bahwa perlakuan</p>	<p>cara nya supaya mengatasi situasi krisis ini. kalo sebagai PR ini itu kita harus bisa mengidentifikasi juga dan memahami krisis nya, sebenarnya apa sih yang terjadi apa sih yang diberitakan diluar sana, oh misalkan krisis tersebut terjadi karena adanya kesalahan dalam perekrutan buta karena pemeran utama cewenya itu seharusnya gak diterima di seyong, ya pokoknya sebenarnya penting untuk kita as a PR mengetahui detail masalahnya. Terus juga kalo pemberitaan nya sudah semakin besar dan viral, ya kita cari cara bagaimana klarifikasinya untuk meredakan berita tersebut di publik. Nah yang aku liat di serial itu kan mereka langsung ditelponin ya sama rekan rekan stakeholdersn ya ataupun media mengenai pemberitaan perekrutan buta itu, nah as a PR kita juga harus respons cepat dan berusaha untuk meredakan berita itu. Menurutku yang dilakukan itu kurang tepat karena tidak ada transparansi antar tim kan itu atasan laki laki nya gak mau ngasih</p>	<p>kaya tadi saya sudah bilang kalo seharusnya sebagai rekan kerja ya jangan ada kesenjangan sosial gituu antar tim, kalo di serial kan memang adanya kesenjangan sosial ya antar tim nah justru itu akan semakin menambah krisis dan permasalahan. Jadi untuk reputasi PR di pemerintah kota tangsel itu kita menunjukkan bahwa karyawan nya kompak jadi publik akan mendapatkan opini yang positif, lalu membuat program yang sebelumnya sudah aku jelaskan yang dapat bermanfaat oleh masyarakat. kalau di serial sih menurut saya cara yang dilakukan untuk memperbaiki reputasi ya sudah benar dengan adanya program perekrutan tanpa kualifikasi itu ya, jadi dianggap perusahaan ini membantu atau membuat program untuk masyarakat yang memang tidak memiliki latar belakang yang sesuai begitu maksudnya kaya yang digambaran di serial Race, nah setelah program itu kita lakukan publisitas ini mengenai berita itu, kita kemas dengan baik mengenai berita tersebut supaya publik</p>
--	--	--	--	--	--	---	---	---

					<p>perusahaan itu bisa sampe ke publik karena pegawainya yang ngeupload itu yang ekspos itu gitu kan jadi berita tentang perusahaan itu bisa sampai justru karena pegawainya buka suara walaupun buka suaranya dalam konteks yang gak jelas jelas ngelaporin perusahaan dia tuh berbuat buruk atau kesalahan, misalnya kaya sekedar buat instastory kegiatan di kantor gitu loh, share story tentang program di kantor aktivitas dikantor tu jadi publik bisa melihat dan mengetahui ohh ini perusahaan nya kompak harmonis jadi profesional terus supportif juga jadi kita publik luar menaruh kepercayaan lebih begitu loh makanya kalo kamu tahu kan ada instagram kaya live at astra, life at gojek, life at smartfren, dan gitu begitu lah itukan gunanya buat nunjukin bahwa tim kita itu sebagai apa ya namanya sebagai suatu perusahaan tuh kita solid loh dengan rekan tim tim kita, kita bisa loh apa namanya handle masalah ini dengan sama sama gitu kan nah itu memecahkan masalah bersama sama jadi itu sangat berpengaruh sama</p>	<p>tahu kenapa alasan ParkYoonjo diterima, nah transparansi antar tim juga harus di PR. Setelah rapat tim PR kan baru jelas ya permasalahan nya apa, cara penyelesaian nya bagaimana, nah akhirnya kan bisa bikin release untuk menjelaskan permasalahan tersebut. Ya intinya komunikasi sih dan bagaimana caranya kita bisa bersama sama menghadapi konflik krisis atau manajemen reputasi itu. Nah yang aku liat juga kan petinggi petinggi PR ada konflik juga ya, jadi kaya kalo mereka sibuk berantem sudah pasti kan PR nya gak bisa jalan kenapa karena tidak ada kesamaan message yang mau kita sampaikan tidak ada arahan yang jelas tidak ada directionnya, ya PR nya bingung dong kita mau ngasih tahu apa ini ya kan kalo misalnya mereka saling bertengkar, atau misalnya ada konflik diantara petinggi yang membuat satu pihak lebih terlihat unggul dibanding yang lainnya sehingga produk yang dikeluarkan atau service yang dikeluarkan itu tidak sesuai dengan kebutuhan user atau audiens</p>	<p>memandangny a positif, dan perusahaan dianggap peduli akan masyarakat kecil begitu. Jadi sudah tepat sih yaa menurut saya caranya, karena tiap perusahaan kan memiliki cara yang berbeda beda juga ya tergantung pelaksanaan nya dan kekompakan tim PR nya juga sih.</p>
--	--	--	--	--	---	--	---

						<p>bagaimana kepercayaan publik itu terbangun begitu kaya kita lihat perusahaan nya itu kaya rodi, sistemnya senioritas banget begitu kan terus kaya gak ada sisi kemanusiaannya gituu kaya kurang memperlakukan pegawainya tuh dengan baik gituu tuh kan pasti kita sebagai publik kaya ah males ah buat percaya, kaya mengurangi kepercayaan kita gituu loh jadi kan sebenarnya reputasi itu kan unsurnya yang penting kan publik itu bisa punya kepercayaan yang positif kan sama kita, kepercayaan yang baik dan bisa menaruh kepercayaan dan bisa mempercayakan perusahaan itu sebagai perusahaan yang kredibel, sebagai perusahaan yang memang layak untuk hadir di Indonesia, ditengah tengah mereka, jadi menurut aku manajemen reputasi itu penting banget ya dimulai dari rekan setim perusahaan dimulai dari para karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut apakah sudah cukup nyaman, apakah sudah cukup diperlakukan dengan baik gituu sih, makanya sekarang perusahaan kalo kamu tahu ya sekarang tuh supaya mereka juga</p>	<p>misalnya nah itu bisa menjadi kendala juga buat tim PR karena PR tahu ini tuh ga sesuai sama market, market itu gamau itu tapi ya mau bagaimana, dari atas maunya ngasih messagenya seperti ini, nah itu bagaimana cara kita mengcrafting messagenya jadi konfliknya itu bukan bagaimana meresource konflik di dalam tapi bagaimana itu bisa berimpact sama PR nya gituu kalo misalnya mereka sibuk berkonflik diantara internal kaya petinggi petinggi otomatis PR nya ilang direction kan, jadi gak jelas yakan, nah ini akan jadi efek domino. Efek domino nya kemana? Ohh akhirnya produknya tidak sesuai dengan kebutuhan market, tidak sesuai produk itu membuat profit revenue nya juga jadi makin kecil jadi gabisa sustainable company nya gituu. Itu kalo konflik petinggi, kalo konflik antar tim kalo ke klien atau agency atau ke partner atau ke brandambassador biasanya jadi ada overlating message siapa yang sudah ngebrief tahu di brief lagi atau misalnya setelah di brief briefnya dateng lagi</p>
--	--	--	--	--	--	---	---

					<p>namanya harum ditengah masyarakat supaya masyarakat juga percaya membangun kepercayaan masyarakat mereka tuh kaya punya daycare. Oke jadi tadi kan lagi bahas manajemen reputasi ya untuk manajemen reputasi itu iya bener banget sih yang dibilang sama si ibu CCO nya jadi kalo manajemen reputasi yang bagus itu yang berawal dari bagaimana perusahaan itu bisa menyejahterakan karyawan nya lebih dulu bisa memperlakukan karyawan nya dengan baik gitu kan bisa mendengar keluh kesah dari para karyawan karyawan nya bisa memenuhi kebutuhan kebutuhan karyawannya dan bisa memfasilitasi karyawan nya dengan mengakomodir karyawannya dengan fasilitas fasilitas yang memang mereka butuhkan gitu loh, kaya misalnya ditengah tengah hiruk pikuk kebijakan cuti gitu ya perusahaan sudah menerapkan cuti suami untuk menemani istri itu tuh bakalan naikin banget citra perusahaan gitu loh terus kemudian ada perusahaan perusahaan yang udah punya daycare buat misalnya</p>	<p>tapi berbeda. Atau misal satu kontenya sudah approve tapi yang lain tidak approve, dan itu akhirnya bikin kita jadi bolak balik bolak balik gitu kan nah itu sih atau misalnya dari awal aturan nya A tiba tiba berubah jadi B gitu dan itu orang pihak pihak terkaitnya itu sudah ya karena kita kan harus tahu kalo kita berhubungan dengan pihak terkait dan punya batasan tertentu kan jadi kalo misalnya kita tidak melakukan clear dulu di awal ya otomatis komunikasi kita dengan partner juga akan terhalang nah akhirnya nanti leadsnya gak ada ini begitu jadi muter muter disitu saja ya kan kita mau lanjut ke selanjutnya juga gabisa karena kita masih back to back akhirnya delay dan momentum nya ilang, balik lagi hasilnya kemana ya revenue nya gak nyampe, objektif nya gak tercapai begitu, kepuasan user nya berkurang, efeknya jadi domino</p>	
--	--	--	--	--	---	--	--

					<p>ada karyawan perempuan yang sedang mneyusui dan kemudian dia belum punya asisten rumah tangga sehingga bayinya dibawa ke kantor dan mereka punya ruangan khusus buat dia menyusui, buat dia merawat bayinya disitu gitu loh, jadi kaya itu sih yang menurut aku sebenarnya semua dimulai harus dari perusahaannya dulu makanya bu CCO nya itu bilang kalo kita jangan terlalu fokus sama hal hal yang diluar kan, maksudnya jangan fokus ngintervensi media bikin artikel kaya gini terus kita ngoreksi media kita menekan media buat musuhin media kaya yang di Race itu dimusuhin Seyong namanya apa ya karena gadapet undangan, namanya harian daeguk deh kayanya. Jadi perusahaan itu jangan musuhin media, sudah kita benahin saja masalah yang ada di tengah tengah kita, masalah yang terjadi di tengah tengah perusahaan kita, masalah yang dialami sama karyawan juga. Itu sih karena menurut aku ya, aku tuh gak ada sama sekali beda pendapat ya sama bu CCO nya itu karena kaya udah oke banget gitu sama bu Go Yijung karena</p>	
--	--	--	--	--	--	--

						dari ESG dia sudah masuk, manajemen reputasi sudah iya juga masuk gitu. Jadi ya gitu sih		
24.	Resepsi	Pemaknaan Informan	Pada serial ini juga menyoroti pentingnya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication. Bagaimana menurut anda hubungan ini tercermin dalam hubungan antara karakter – karakter media dan praktisi PR dalam “Race”?	Keempat informan memiliki pemaknaan yang sama dimana seorang PR harus bisa berhubungan dengan klien atau media	hmm menurutku iya ya, karena kita sebagai agency dan klien handling kita pasti harus selalu kasih service supaya klien ibaratnya bisa retime ke kita sebagai agency dan kita bisa terus handle klien tersebut makanya kita pasti benar – benar berhubungan baik dengan stakeholders atau klien tersebut sih.	menurut aku hubungan antara ParkYoonjo dan Pak Seo ini ada hubungannya karena sebenarnya aku juga masih rancu ya sebenarnya si Seyong ini sebagai apa sih di earthcomm, seyong sebagai apa diantara klien dengan Celltics nah si seyongnya ini sebagai apa aku juga bingung. Atau seperti paragon gitu jadi banyak brand gitu. Aku masih bingung relasi antara mereka kan, sebenarnya hubungannya cuman antara seyong doang dengan earthcomm atau antar celltics doang sama earthcomm begitu loh maksudku yang realita di Indonesia ya. Ya sebenarnya wajar sih kalo klien dekat sama PR karena kan memang kita pasti akan bekerja sama untuk bisa sukses kan sebuah projek gitu jadi ya pasti ada kedekatan dan intens mengenai pekerjaan.	hm oh ya aku inget dimana ParkYoonjo ini kan sering bertemu dan berhubungan baik dengan CEO agency apa begitu ya aku lupa. Hmm menurutku relate sih itu, karena aku dengan klien dan media saja sangat berhubungan baik, kita sering minum, makan bareng, ngopi. Apalagi kan si agency itu kan yang ngehandle produk dari Seyong ya jadi kita pasti harus kasih service yang baik, dan menjaga hubungan yang baik agar bisa sukses di projek tersebut. Wajar sih kalo kita dekat sama klien karena itu juga akan membantu kita, kita bisa diskusi kaya bagaimana ini kedepannya, diskusi mengenai riset, permasalahan yang ada, apakah objektifnya sudah tercapai. Jadi yaa menurut ku apa yang di gambarkan oleh race itu tentang PR, tentang klien, tentang relationship sama banyak pihak ya itu relate di kehidupan aku	hmm berhubungan baik dengan media itu wajar sih karena PR ini memang berhubungan nya kan sama media, sama jurnalis. Mau itu media massa maupun media online, PR pemerintah ini memang akan terusan berhadapan dengan media dan jurnalis gitu sih mel, kalo di Race kan memang itu berhubungan dengan klien ya jadi kalo di PR pemerintah itu bukan klien tapi lebih ke media atau dinas terkait gitu. Saya juga masih berhubungan baik dengan teman teman jurnalis saya, misalnya makan siang bareng, atau ya ngobrol ngobrol mengenai berita, ide ide sebagai PR dan jurnalis. Kadang saya juga dikasih saran dengan teman jurnalis saya, jadi ya sharing saja sih, teman saya as a jurnalis saya as a PR pemerintahan begitu. Dia butuh saya, saya juga butuh dia. Masih saling berhubungan. Ketika saya nonton race ini memang menggambarkan sisi realitas PR di perusahaan yaa karena ya itu hubungan PR dengan divisi lain harus baik, dan yang

								dilakukan pemeran utama itu benar kok tetap menjaga hubungan baik apalagi dengan klien gitu mell
25.	Resepsi	Pemahaman Informan	Dalam serial drama korea "Race" terdapat konflik moral dan etis yang dihadapi oleh Park Yoon-jo dan beberapa karakter lainnya. Bagaimana menurut anda praktisi PR dalam kehidupan nyata dapat menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan mereka?		banyak yang tadi sudah aku jelasin dan aku elaborate juga banyak banget hal hal yang bisa bikin ini tuh agak bentrok dengan moral prinsip dan etis, personal blog dari diri kita sendiri begitu, eee menurutku seperti yang sudah aku jelasin tadi kita harus bisa adjusting skill kita dan kapan kita mau mengedepankan prinsip diri dan kapan kita mau adjusting dengan cara cara yang rasional untuk ibaratnya menjalankan atau mengimplem entasikan strategi PR yang sedang kita hadapi ini	hmm oke menurut aku itu bukan cara yang bener sih, itu sisi gelap nya sih itu sebenarnya. Sisi gelapnya itu adalah ya kaya begitu jadi kaya mengkambang hitamkan orang yang dianggap lemah untuk menutupi atau meredakan krisis yang menerpa mereka begitu, menurut aku gak bener sama sekali dan ibu CCO nya juga kan sudah ngomong kan itu tuh bukan cara yang bener gitu maksudnya dia kaya langsung takeover abis itu langsung mengambil alih begitu ya cara cara yang lebih humanis dan lebih baik gitu kan, dan lebih strategi untuk menjawab krisis itu untuk meredakan krisis ituu gitu kan karena terbukti gak sih abis itu gak lama pada minta maaf kan ya di instagram nya si Park itu kan nah itu kan jadinya terbukti caranya dia adalah cara yang tepat gitu loh untuk menangani krisis itu gitu kann. Meskipun aku gak terlalu hafal kode etik PR tapi kita tetap harus sesuai aturan dan tanya dulu ke atasan kita begitu sih	hmm kalo sesuai pengalaman aku sih ya, aku gak pernah ngalamin yang namanya menantang moral dan etika PR begitu sih haha jadi aku masih ngikutin regulasi dan aturan dari kantor aku, aku memang gabelajar tentang PR tapi aku selalu tanya juga keatasan aku mengenai release ini atau apa gituu hmm. Aku juga pernah terlibat sesuatu yang memang harus melanggar etika dari PR. Tapi kalo seingat aku di Race juga kan ada beberapa scene yang atasannya nyuruh buat bikin release yang memang ngejelekin peran utamanya saja supaya nama Seyong gak jelek, nah itu menurutku cara yang salah sih ya put, karena seharusnya perusahaan harus bisa memberikan klarifikasi yang jelas dan informatif supaya gak bikin permasalahan tersebut berlarut larut. Untuk atasannya saja sih paling yang menurut aku ada yang melanggar etika PR kalo untuk si pemeran utamanya mah	hmm yang sudah tadi saya bilang mengenai kode etik profesi begitu ya. Kalo memang menghadapi situasi yang menantang moral dan etis ya komunikasikan dulu, sebagai PR tidak boleh melanggar kode etik PR, ini lebih ke personal diri sendiri sih, komunikasikan dulu dengan pimpinan mengenai hal yang kita rasa akan melanggar nilai moral dan etik, meskipun di dalam serial race ini seingat saya ada atasan yang memang meminta bawahannya untuk membuat rilis yang menyalahkan satu pihak saja ya, dan mengkambang hitamkan karyawannya, nah ituu sih tergantung diri kita sendiri mengenai moral dan etis jadii yaa hmm cara yang dilakukan atasan itu tidak humanis. Harusnya sebagai atasan melindungi dan memberikan support ya, kalo etik PR ya yang sudah saya jelaskan tadi sih. Di serial Race ini saya lihat juga masih ada pemeran yang tidak sesuai etik PR nya jadi permasalahan akan

							engga sih ya, hehehe aku sudah sedikit lupa sih jadi gak bisa menjelaskan secara detail karena aku juga gak pernah ngalamin itu.	bertambah terus
2 6.	Resepsi	Pemakanan Informan	Pada drama serial korea "Race", karakter utama dan karakter lainnya sering dihadapkan pada tekanan, deadline yang ketat, bahkan jam kerja yang tidak sesuai. Bagaimana anda menanggapi tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan PR anda?	Informan 1 dan informan 4 merasa bahwa adanya tekanan mengenai tenggat waktu / deadline dan jam kerja yang tidak sesuai. Sedangkan informan 2 dan 3 merasa bahwa tidak adanya tekanan karena pekerjaannya dijalani dengan have fun	hmm kalo menghadapi tekanan dan tenggat waktu mungkin awalnya itu susah banget ya tapi karena dari awal itu bekerja as PR jadi sudah terbiasa banget dengan deadline dan jam kerja nya dan tanggung jawab responsibility as a PR dari awal aku juga suka dengan bidang ini dengan industri ini jadi menurutku gak ada si yang terlalu berat. Dan ya yang di race cukup menggambarkan bahwa itu PR banget loh yang jam kerja nya gak sesuai hehe	hmm tekanan yang pasti sih tentuin skala prioritas nya dulu ya kaya mana sih yang lebih urgent gitu misalnya kaya secara waktu yang paling mendekati deadline dan paling dekat untuk dilaksanakan itu adalah misalnya untuk klien A ohh yaudah mungkin kita more attention nya lebih ke klien A. Kita selesaikan dulu kita bagi bagi tugas yang penting kita bisa jelas sih pembagian tugasnya jadi kaya misalnya aku ngerjain untuk narasi dan pembuatan pressrelease, terus kemudian bos aku mungkin bikin talking points dan term of reference nya atau mungkin kebalikannya aku yang ngundang media kemudian dia yang membuat pressrelease atau membuat talking points gitu kann jadi disini tuh masalah tentang pembagian tugasnya ajaa yang harus kita merata gitu loh jangan sampe satu terbebani dengan banyak tugas sementara yang satu itu luang banget lowong banget. Kalo menghadapi tekanan itu,	hmm aku sejauh ini sih sebagai PR inhouse ya gak terlalu ada tekanan sih karena aku jalanin nya have fun dan seneng sama pekerjaan aku, untuk deadline yaaaaa hmm kita sebagai PR juga harus pinter atur waktu sih put kita harus tahu mana yang harus diutamakan, jadi ya itu yang didulain. Kalo jam kerja yang gak sesuai sih memang sih ya tapi di perusahaan aku itu ada tim monitoring yang tadi aku bilang jadi gak terlalu bermasalah sih, sejauh ini aku oke oke saja sih sama pekerjaan dan jam kerja nya. Yang aku liat di Race juga mereka oke oke oke sih sama pekerjaan nya cuman karena ada konflik dan krisis saja jadi yaa gitu	hmm ya kalo saya pribadi itu kalo dibandingkan dengan pekerjaan saya sebelumnya itu justru malah tentunya ada jadwal libur nya, ada jadwal libur tapi memang jarang sekali libur begitu maksudnya jarang jadi tetap masuk karena saya kerja di media. Nah kalo disini sebagai PR tanggal merah tuh sebenarnya gak masuk ke kantor tapi tetap bekerja dari rumah hahaha ya sama kaya si serial race itu apalagi kalo di telpon butuh informasi mengenai sesuatu gitu jadi apa ya gak ada waktu istirahat, gada waktu libur jadinya. Jadi paling kalo bener bener free dari pekerjaan itu mengajukan cuti, makanya orang orang bilang wah kerja di pemerintahan enak ya tanggal merah libur ya iya libur tapi gak kekantor tapi tetap saja dirumah kerja begitu kan. Bahkan tim editingnya, video, foto ngedit terus dirumah

					<p>aku sih mostly sekarang happy happy saja yaa, gak merasa tertekan dengan tenggat waktu yang ketat apa segala macem karena mungkin suka dengan pekerjaan nya kali ya jadi aku merasa aku gak terbebani gitu loh kalo misalnya dikasih tantangan ini tantangan itu aku bisa enjoy, bisa menikmati bisa belajar lebih banyak lagi karena mungkin aku juga suka mengerjakannya a begitu loh jadi aku merasa tertantang dan merasa bisa begitu loh maksudnya kaya merasa ohh iya gua harus bisa ini maksudnya kaya jadi apa namanya kita ga terlalu merasa kerepotan gaterlalu merasa tertekan gitu loh dengan deadline dengan tenggat waktu, pernah sih kayak merasa kaya agak over dikit ya karena aku itu kurang familiar kan kalo misalnya apa namanya teknis masalah teknis tuh aku masih kurang familiar kaya monitoring itu aku kurang familiar dengan tools tools yang dipakai, nah dari situ tuh aku jadi belajar terus jadi kaya aku sharing sama atasan aku cara pakemnya bagaimana terus kemudian mereka ajarin aku cara pakai itu dan sudah deh aku jadi bisa sekarang</p>	<p>masing – masing, nah makanya saya pikir wah ini enak jadi media dong dulu masih ada liburanya, kalo sekarang malah galibur jadinya hahaha gitu meell. Jadi ya sama kaya di serial Race itu, ada kan itu yang lagi weekend ditelpon jurnalis karena mau ada berita buruk untuk perusahaan, nah langsung gerak cepat buat kerja telpon tim, supaya berita tersebut tidak semakin viral, langsung buat pernyataan klarifikasi supaya nanti bisa langsung disampaikan ke publik. Untuk deadline waktu sih itu tergantung pribadi ya, mana yang harus diutamakan terlebih dahulu, biasanya kita sudah ada jadwalnya gitu mel. Kaya tugas ini hari ini, tugas ini hari ini, nah ditambah sama berita yang viral di media sosial. Kalo di serial race dengan kehidupan saya sih ya memang benar hari libur tetap bekerja hahaha</p>
--	--	--	--	--	---	---

						<p>udahh bisa ngerjain itu sendiri gitu loh, udahh bisa tanpa bantuan dia lagi. Jadi menurut aku tekanan beban itu masalah mindset ajaa sih ketika kamu memang suka pekerjaan kamu, kamu antusias, kamu sangat sangat gembira dengan pekerjaan kamu tuh pasti kamu gak ngerasa itu seperti tekanan begitu loh malah sebagai tantangan dan kamu puas ketika kamu bisa menyelesaikan itu dengan baik bisa menyelesaikan itu dengan baik pasti ada kepuasan dan misalkan klien gabanyak revisi itu pasti biasanya sih revisi revisi kaya gitu yang bikin kita agak agak gondok jadi ya kita jalanin ajaa gitu yaa, revisi revisi kaya begitu kaya kak kurang ini, kak kurang highlight tentang acaranya, tentang ini tentang itu, kita juga sebenarnya agak gondok juga cuman ya alhamdulillahnya kan sekarang sudah ada teknologi yang sudah membantu kan, kaya misalnya kita sudah mentok banget sudah buntu banget kita bisa pakai AI begitu kan buat bantuin kerjaan kita gitu</p>		
27.	Resepsi	Pemakaian Informan	Bagaimana anda membandingkan gambaran praktisi PR di	Keempat informan berpendapat bahwa representasi tugas dan	hmm kalo yang dilebih lebihkan pastinya ada ya karena ini drama ya	iyaa menurut aku dilebih lebihkan tuh iya sih yang di Race ya, yang di Race itu	hmm membandingkan gambaran praktisi PR di Race sama di kehidupan	hmm membandingkan gambaran ya mel, kalo yang saya tonton sih

			<p>dalam serial drama korea "Race" dengan pengalaman anda sendiri dalam industri ini? Apakah ada aspek – aspek tertentu yang menurut anda lebih – lebihkan dalam representasi tersebut?</p>	<p>fungsi di serial sesuai dengan kehidupan nyata.</p>	<p>balik lagi hmm drama itu gak mungkin plek kaya kehidupan nyata gak ada bumbu bumbu konflik yang menarik drama tersebut, ada beberapa hal yang kurang merepresentasikan menurutku di poin poin dalam drama ini, seperti penyelesaian konflik yang applicable kalo di korea mungkin oke tapi kalo di Indonesia gak mungkin bisa diselesaikan seperti itu, nah itu ada beberapa hal kaya poin kaya begitu itu menurutku ga terlalu berfungsi karena kan posisinya aku sebagai public relations saja bukan sebagai politikus dari industri PR begitu</p>	<p>banyak sih kaya aku kesel banget sama atasan nya itu kaya boosy banget gitu loh kaya dia tuh kalo pengennya menempuh jalan pintas gitu ya biar cepet kelar krisis nya biar cepet reda krisis nya gitu dia tuh maunya kaya mainnya itu jalur pintas gitu loh gamau pakai dan gamau mencoba mengerti publik, gamau coba mengerti kondisi dari para karyawannya gitu maunya tuh cepeeett ajaa gitu kan terus kemudian dia juga menurut aku ini sebagai atasan tuh juga gak harusnya tuh sebagai atasan dan sebagai background dia seorang PR itu bukan cuman bisa mengumpat media doang, ya dia harus coba mengkondisikan kalo misalnya dia tahu media itu memberitakan negatif tentang seyong ya dia coba memulihkan itu meredakan itu dengan tindakan tindakan atau tanggung jawab yang bisa menarik simpati masyarakat lagi, sebenarnya sudah bener itu jaemin perekrutan tanpa kualifikasi gitu kan sebenarnya itu kalo mereka bener ya publisitasnya aku itu gak tahu deh mereka salah nya dimana</p>	<p>aku ya, hmm kalo yang aku lihat sih sejauh ini sama ya. Tugas dan fungsi yang dilakuin di race sama yang aku lakuin sama kaya yang tadi aku bilang, hm cuman bedanya mungkin dipermasalahkan saja sih kaya yang permasalahan yang dialamin oleh si cewe itu, dan untung nya rekan kerja aku supportif gitu mau sharing tapi kalo untuk pekerjaan PR nya ya sama sama ngelakuin itu. Kalo aspek tertentu yang lebih kaya nya engga sih ya, konflik nya juga konflik yang kadang terjadi di Indonesia juga, tentang reputasi, konflik internal, masalah produk yang gak mencapai target. Ya hal itu sama sih aku juga pernah ngalamin sejauh ini ketika aku jadi PR</p>	<p>memang tugas dan fungsi yang dilakukan di Race ini sama sih sama yang saya jalanin. Jadi ya ketika saya nonton itu memang merasa wahh ini sama nihh kaya yang saya jalanin di PR hahaah. Kalo yang lebihkan menurut saya ya ada karena kan itu serial ya kalau cuman kehidupan PR saja tanpa ada suatu konflik yang biasa tentu tidak menarik penonton untuk menontonnya. Dari konflik nya, kesenjangan sosialnya, menurut saya itu berlebihan ya kalau untuk disini, tapi mungkin di korea itu hal yang lumrah atau hal yang biasa ya. Tapi kalo yang sesuai pengalaman saya sih memang sedikit perbedaanya mulai dari konflik, dan perusahaan, gitu sih mel</p>
--	--	--	---	--	---	--	--	--

						publisitasnya, pokoknya kalo mereka bener itu publisitasnya iitu sebenarnya harusnya bisa menarik simpatik masyarakat sih terus bisa jadi contoh juga bagi perusahaan perusahaan lainn begitu loh buat menerapkan perekrutan dengan sistem seperti ituu gituu loh. Menurut aku itu sih, jadi aku sebel sama atasannya karena itu dilebih lebihkan banget		
28.	Resepsi	Pemaknaan Informan	Serial drama korea ini menyoroti persaingan yang ketat di antara karakter utama dan karakter lainnya. Dalam pengalaman anda, seberapa sering persaingan menjadi faktor dalam praktisi public relations? Lalu bagaimana anda mengelola atau mengatasi persaingan tersebut?	Keempat informan berpendapat tidak adanya persaingan di lingkungan kerja dan tim PR	hmm menurutku kalo persaingan itu justru bukan diciptakan atau terbentuk dari ekosistem kalo bersaing itu pasti kita bersaing ya kaya di seluruh aspek pekerjaan itu pasti ada saingannya begitu kaya misalkan HR pasti ada another HR yang lebih kompeten tapi cara mengatasi persaingan satu lagi hm aku gak pernah melihat sesama praktisi PR itu sebagai saingan tapi sebagai tempat belajar, sebagai sosok yang inspiratif supaya aku bisa menambah pengetahuan ku di bidang PR. Kita harus jalin hubungan yang baik dan kita juga harus membuka	hmm oke kalo persaingan sih sejauh ini aku gak ada ya kalo sesama praktisi PR, kaya yang digambarkan di Race kan mereka bersaing untuk bisa naik jabatan ya, nah kalo yang aku alamin sih gagitu, karena justru kita saling support saling bantu, saling sharing jadi kita bisa belajar satu sama lain dari pengalaman masing masing gituu. Dan sama kaya yang sudah aku jelasin sebelumnya kita ada strategi untuk perusahaan dan klien kita gituu	hmm kalo persaingan antar tim ya aku gak ada sih persaingan begitu, kita saling sharing, saling ngajarin, saling support satu sama lain. jadi ya kita dikantor jalanin tugas kita masing masing, jadi gak ada itu kaya yang si ini mau unggul, si ini mau naik jabatan atau apa, gada sih jalanin saja as a PR di kantor sesuai dengan tugas yang ada. dan untuk mengelola atau mengatasi sebenarnya ini tergantung tiap individu ya, mungkin tim aku ada yang anggep ini persaingan juga. Jadi ya tergantung individu sih, kalo aku sudah banyak kerjaan jadi gak anggap persaingan, kita saling belajar saja dan saling bantu satu sama lain	kaya yang sudah saya jelaskan sebelumnya kalo untuk persaingan di tim internal itu tidak ada karena bekerja bersama, lalu untuk PR pemerintahan juga tidak ada. persaingannya kalo lagi perlombaan saja sih haha. Ya kalo yang saya pahami di serial Race itu ada persaingan ya antara agency earthcomm, PR Joa dan agency lainnya, kalo di pemerintahan gak ada sih persaingannya. Kalo di perusahaan pastinya akan ada persaingan tersebut jadi ya berbeda dengan pemerintahan yang memang tidak ada persaingan. Karena setiap daerah punya keunggulan nya masing – masing mel

					pikiran dan terbuka juga perasaan kita untuk saling sharing sesama praktisi PR.			
29.	Resepsi	Pemakaian Informan	Apakah ada scene dalam serial drama "Race" yang secara khusus menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja, tetapi juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu? Bisakah anda memberikan contoh dari scene yang menggambarkan hal ini		jadi maksudnya ini penilaian pribadi ya? penilaian personal begitu ya? Hmm untuk penilaian company mana yang lebih baik begitu ya, sebenarnya kalo dari pendapat pribadi hmm untuk memilih company mana yang baik yang terbaik dari yang terbaik itu adalah yang sesuai dengan strategi PR yang mau direpresentasikan company mana yang bisa mewujudkan strategi PR tersebut yang paling sesuai dengan keadaan yang butuh di tangani dari masing masing company sendiri, jadi kalo misalkan ada yang bilang company nya lebih baik dalam menangani hmm problem problem PR begitu tapi belum tentu di aplikasikan juga ke company B atau company C karena bisa jadi isunya beda hmmm dan praktisi PR yang digunakan dan yang aktif berkontribusi itu jugas pasti pengetahuannya sudah dimaksimalnkan di aspek aspek tertentu hm jadi misal	ohh oke, jujur sebenarnya aku sih gak ada persaingan ya. Sama kaya yang sudah aku jawab tadi karena sudah gak ada waktu juga buat nunjukkin kalo kita lebih hebat siapa karena sudah kepake energinya buat ya kita harus mengejarkan buat menyelesaikan pekerjaan kita harus bisa memastikan pekerjaan kita itu sesuai dengan ekspektasi klien sesuai dengan kemauan klien, terus sesuai dengan etika yang bener gitu jadi kaya kita sudah gak ada waktu buat saling unjuk mana yang paling hebat unjuk keunggulan begitu mana yang paling hebat mana yang paling tidak hebat begitu jadi kaya sama sama fokus saja sih jadi kaya mengerjakan tugas tugas yang sudah diberikan jadi kaya misalnya aku kan posisinya sebagai junior konsultan PR kan jadi aku juga sebenarnya terbatas gitu loh ruang gerak aku buat yang kayak apa komunikasi sama klien itu lebih sering senior aku kalo aku itu paling cuman diarahin untuk kaya mengerjakan apa yang dimintai sama klien begitu loh	hmmm kalo untuk praktisi PR ya kan si cewe nya itu awalnya di rendahin ya sama tim Seyong tapi ternyata dia sukses buat celltics jadi meningkat, itu kan perlu perjuangan yaa dan akhirnya dia dipercaya oleh atasannya. Hmm untuk contohnya apa yaa gini deh aku gak bisa sebutin perusahaan nya ya. Jadi ada perusahaan yang memang reputasi nya jelek dan penjualan nya menurun, aku coba diskusi dengan pemilik perusahaan tersebut untuk memberikan ide dan solusi bagaimana sih supaya permasalahan ini selesai ya kan, lalu sempat di tentang juga oleh pihak dari manajemen perusahaan nya, cuman aku dan tim meyakinkan bahwa ini akan berhasil loh dengan cara ini akan berhasil gitu, nah akhirnya kita coba cuman awalnya aku takut karena kaya pihak manajemen nya tuh gayakin ke kita gitu tapi ternyataaaa hasilnya bawa dampak yang baik, penjualannya naik. Wah disitu si aku langsung	hmm kalo scene dalam serial Race yang menyoroti perlombaan dan perjuangan dan pencapaian individu sih dari yang saya lihat memang ada yaa, Race ini hampir sama dengan Queenmaker latar belakang perkantoran juga, nah saya suka itu queenmaker. Nonton race ini karena penasaran sih haha. Perjuangan nya ya pasti ada di karakter utama dan karakter lainnya berjuang buat mengatasi krisis, naik jabatan, handle brand, itu kan ada ya di Race dimana mereka berjuang supaya bisa menjadi yang terbaik di perusahaan. Nah kalo karakter yang kompetitif, berjuang begitu ya pasti ada disini juga ada yang inginn berjuang kompetitif, kalo saya justru senang karena saya gak kompetitif hahaha jadi justru malah jadi semangat dalam mengerjakan pekerjaan gitu dan selesai nya dikita nya jadi lebih mudah kalo buat saya. Orang kompetitif itu bukan karena penilaian juga ya, tapi saya gak masalah

				<p>company yang terbaik gak ada jadi bisa company yang sesuai dan kami tuju. Jadi untuk persaingan di Race itu gak relate di aku karena gak ada persaingan sih di kehidupan aku hehe</p>	<p>kalo masalah kaya komunikasi sama klien, negosiasi itu sudah pasti senior aku yang berperan jadi kalo aku itu lebih fokus ke teknis nya ajaa tapi aku juga dilibatkan misalnya lagi dalam seleksi isu misalnya kita lagi ingin seleksi isu buat coverage nya supaya lebih oke gitu ya itu aku dilibatkan tuh buat bantu mikirin kira kira editorial plan nya itu enak nya seperti apa sih buat misalnya naikin brand story mau naikin release, mau tampil di podcast gituu gituu jadi kaya aku dilibatkan kalo untuk pembuatan materi yang sifatnya teknis gituu yaa kaya misalnya negosiasi, ngelobby lobby itu pasti senior aku gituu walaupun kadang kadang aku dikasih kesempatan gituu maksudnya kaya sambil belajar gituu jadi aku disini itu kaya learning by doing ajaa sih gituu.</p>	<p>gemeteran karena aku dipuji sama atasan ku. Pokoknya perjuangan yang kita kerjakan itu ga akan bawa hasil yang sia sia gituu sih.</p>	<p>sih malah justru penilaian itu kan tergantung dari jumlah output yang kita hasilkan, biasanya kan outputnya lebih banyak dari si kompetitif itu yaa jadi kalo saya pribadi justru senang orang – orang yang kaya gituu, karena saya sendiri merasa kebantu dengan si kompetitif itu hahahaa. Ya tiap profesi pasti ada lah yang kompetitif, bukan cuman di serial saja, jadi yang di serial race itu menggambarkan an yang terjadi di dunia nyata mell hahaha</p>
--	--	--	--	--	---	--	--

Lampiran 13. Selective Coding

SELECTIVE CODING

1. Latar Belakang Informan

a. Informan 1

Pada penelitian ini, informan satu bernama Alline Setyana Darmawan. Biasa dipanggil Alline. Alline adalah seorang perempuan yang berusia 26 tahun. Alline memiliki latar belakang pendidikan S1 Jurusan Massa Communications Konsentrasi Broadcasting dan Jurnalistik di LSPR Communication and Business Institute dan S2 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pelita Harapan di tahun 2022 – 2024. Alline bertempat tinggal di Jakarta Selatan dan saat ini sedang bekerja di PT. Multilateral Global Cahaya (Digital Agency Viral MGC) yang berlokasi di SCBD Astha. Alline bekerja sebagai Public Relations dan saat ini sudah memiliki pengalaman 5 tahun di bidang Public Relations.

b. Informan 2

Pada penelitian ini, informan 2 bernama Raisa Zakiah. Biasa dipanggil Raisa. Raisa adalah seorang perempuan yang berusia 24 tahun. Raisa memiliki latar belakang pendidikan S1 Ilmu Komunikasi. Raisa bertempat tinggal di Rempoa dan saat ini sedang bekerja di Kandi Imaji yang berlokasi di Jakarta Selatan. Raisa bekerja sebagai Konsultan Public Relations dan saat ini sudah memiliki pengalaman 1,5 – 2 tahun di bidang Public Relations.

c. Informan 3

Pada penelitian ini, informan 3 bernama Helinsa Rasputri. Biasa dipanggil Elin atau Elin Kaban. Elin adalah seorang perempuan yang berusia 29 tahun. Elin memiliki latar belakang pendidikan D3 Manajemen Perusahaan di Universitas Diponegoro dan S1 Manajemen di Universitas Indonesia. Elin bertempat tinggal di Jakarta dan saat ini sedang bekerja di Zipmex Indonesia. Elin bekerja sebagai Public Relations dan saat ini sudah memiliki pengalaman 3 tahun di bidang Public Relations.

d. Informan 4

Pada penelitian ini, informan 4 bernama Annisa Nidya Hapsari. Biasa dipanggil Annisa atau Nissa. Annisa adalah seorang perempuan yang berusia 32 tahun. Annisa memiliki latar belakang pendidikan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Annisa bertempat tinggal di Benda Timur 9, Pamulang Kota Tangerang Selatan. Saat ini Annisa sedang bekerja di Dinas Komunikasi Informatika Kota Tangerang. Annisa bekerja sebagai Subkoordinator Penyelenggaraan Diseminasi Informasi dan Kemitraan Komunikasi Publik atau yang biasa dikenal dengan Public Relations dan saat ini sudah memiliki pengalaman kurang lebih 3 – 4 tahun di bidang Public Relations.

2. Pengetahuan Tentang Serial Drama Korea Race

Pada penjelasan mengenai pengetahuan tentang serial drama korea Race ini, keempat informan menuturkan sudah selesai menonton serial Race dari episode 1 sampai episode 12 dan menyebutkan kapan terakhir kali mereka menonton serial Race tersebut. Informan 1 menyebutkan bahwa terakhir kali menonton serial Race sekitar 1 bulan yang lalu. Berikut penjelasan informan 1:

“Hmm menonton serial drama Korea Race itu sudah lama sih yaa sekitar 1 bulan yang lalu lah ya”

(I-1)

Berbeda dengan informan 1. Informan 2 menjelaskan kapan terakhir kali menonton serial Race yakni 2 minggu yang lalu. Berikut penjelasan informan 2 :

“Belum lama sih, mungkin sudah 2 minggu yang lalu lah” (I-2)

Berbeda dengan informan 2. Informan 3 menjelaskan kapan terakhir kali menonton serial Race yakni sekitar 1 atau 2 bulan yang lalu. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmm kapan yaa, kayanya sih sudah hampir 1 atau 2 bulan yang lalu, itu juga aku karena di rekomendasikan sama teman aku, katanya coba deh nonton Race penggambaran PR nya lebih keliatan, gak terlalu dicampurin sama percintaan, atau permasalahan internal. Tapi menurut aku itu terlalu dilebih lebihkan sih konfliknya” (I-3)

Berdasarkan kutipan tersebut informan 3 menyebutkan bahwa ia terakhir menonton Race sudah hampir 1 atau 2 bulan. Informan 3 menambahkan bahwa ia menonton serial Race karena direkomendasikan oleh teman nya. Menurut teman dari informan 3 serial Race ini lebih terlihat penggambaran public relations dan tidak dicampuri oleh percintaan atau permasalahan internal. Berbeda dengan informan 4 yang menjelaskan kapan terakhir kali menonton serial race yakni di bulan februari awal yang artinya sudah 5 bulan yang lalu. Berikut penjelasan informan 4 :

“seinget saya sih bulan Februari awal sih ya, ya pokoknya sudah lama deh mel” (I-4)

Seperti dalam kutipan wawancara dengan informan 4 dalam wawancara tersebut informan 4 menyebutkan sudah lama menonton Race yaitu di bulan Februari awal.

Keempat informan menceritakan alur cerita serial drama korea Race yang mereka pahami setelah menonton serial tersebut, keempat informan memberikan informasi yang berbeda namun memiliki kesamaan dasar satu sama lain yaitu serial Race adalah serial yang menceritakan tentang kehidupan pekerja di bidang public relations mengenai tugas dan fungsi serta suka duka nya menjadi public relations. Keempat informan memiliki kesamaan mengenai penggambaran karakter dan tugas fungsi public relations serta konflik yang digambarkan. Informan 1 mengatakan bahwa sebagai PR di agency kecil dan agency yang cukup besar sangat berbeda dari segi beban kerja dan klien yang ditangani. Berikut penjelasan informan 1 :

“aku agak lupa nama karakter utama perempuan dan laki – lakinya itu siapa tapi intinya itu mereka dua orang praktisi PR yang bekerja tapi mereka beda skala agency. Jadi yang cowo ini kerjanya di agency yang cukup besar, cukup ternama di Korea. Sedangkan yang cewe ini kerjanya di Agency yang so so cenderung kecil lah, jadi dari segi beban kerja itu beda jauh banget dan hmm dari jenjang karir mereka, dari brand yang ditangani, company yang ditangani itu jauh banget berbedanya, Hmm lalu banyak juga lah intrik intrik dan konflik konflik yang terjadi namun juga hmm permasalahan yang kena perusahaan yang tentunya juga melibatkan permasalahan permasalahan public relations itu sendiri” (I-1)

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 diatas, bahwa pendapatnya mengenai alur cerita serial drama korea Race yaitu serial yang menggambarkan karakter utama wanita dan laki laki yang bekerja di public relations. Informan 1 sebelumnya menjelaskan bahwa pemeran utama wanita bekerja di agency kecil yang berinisiatif untuk riset toko roti di korea dan membuat strategi untuk pemasaran toko roti tersebut hingga menjadi viral dan sukses. Informan 1 menyebutkan bahwa pemeran utama ini pindah bekerja di perusahaan besar atau ternama di korea. Informan 1 juga berpendapat bahwa banyak nya konflik yang terjadi di perusahaan

tersebut yang melibatkan permasalahan public relations dan konflik internal eksternal. Informan 1 menangkap bahwa serial ini adalah serial dimana seorang public relations harus survive dalam pekerjaan. Informan 1 juga mengatakan bahwa untuk serial Race ini berjalan dengan baik dan happy ending. Sama halnya dengan informan 1, informan 2 juga berpendapat bahwa serial ini menceritakan tentang tantangan dan rintangan atau suka duka yang dialami praktisi public relations, praktisi public relations saat menghadapi konflik. Informan 2 juga menjelaskan bahwa pemeran utama yang sebelumnya bekerja di agency kecil kemudian pindah bekerja di perusahaan terbesar atau ternama di Korea tentunya akan banyak perbedaan. Berikut penjelasan informan 2 :

“yang aku tangkep sih point point nya itu suka duka kehidupan pekerja kantoran yang pertama nah kebetulan si tokoh utama nya ini kan bekerja sebagai seorang PR begitu kan jadi disitu dia eemm film ini itu kaya menggambarkan dan menceritakan eee suka duka mereka menjalani karir sebagai PR dengan segala tantangan rintangan budaya organisasi yang berbeda beda, budaya perusahaan yang berbeda beda. Terus karakter ee atasan yang juga berbeda beda, karakter rekan kerja yang berbeda beda proyek yang berbeda beda, ee karena kan kalo yang aku liat itu di awal awal juga kan film itu kaya saat pas tokoh utama nya ini masih kerja di PR Joa nama agency nya dia kan cuman ada beberapa karyawan doang kan paling cuman ada 3 karyawan doang kan dan mereka itu biasa ngehandle proyek proyek yang sekala nya tu kecil begitu, jadi kaya misalkan mereka ngehandle toko roti buat strategi promosi eee toko roti begitu ya supaya naikin awareness pembeli dan nambahin jumlah pembeli gitu kan jadi ee itu sih yang bisa aku ceritain terus kemudian dia pindah ke kantor yang lebih besar lagi eee Seyong grup yang notabene nya punya reputasi lebih baik daripada PR Joa begitu sih” (I-2)

Seperti kutipan wawancara informan 2, serial drama korea Race ini merupakan serial yang menceritakan kehidupan praktisi public relations ketika menghadapi dan menyelesaikan masalah. Informan 2 juga menjelaskan bahwa serial ini menggambarkan suka duka menjalani karir sebagai PR dengan segala tantangan rintangan budaya organisasi yang berbeda beda, karakter atasan yang berbeda – beda. Sama halnya penjelasan informan 1 dengan informan 2, dimana informan 2 menangkap alur cerita karakter utama yang bekerja di Agency kecil kemudian pindah ke kantor yang lebih besar. Kemudian sama halnya dengan informan 1 dimana informan 2 juga menyoroti perjuangan pemeran utama wanita ketika melakukan strategi PR untuk ngehandle toko roti tersebut. Serupa dengan informan 2, informan 3 juga berpendapat bahwa serial drama korea Race bahwa adanya karakter atasan yang berbeda dan tantangan saat bekerja di perusahaan ternama sehingga tim PR harus mencari cara untuk memperbaiki citra perusahaan Seyong sesuai dengan tugas dan fungsi PR. Berikut penjelasan informan 3 :

“Seyong ini ada krisis apa atau terkena masalah apa, kalo gak salah ya seingetku mengenai korupsi atau konflik internal deh kayanya, jadi tim PR di Seyong dan si cowo itu ngasih ide ke atasan nya buat bikin program perekrutan tanpa kualifikasi supaya nutupin krisis dari Seyong gitu kan, akhirnya buka itu lowongan pekerjaan tanpa kualifikasi, dan si cewe itu ngelamar dan diterima. Cuman seinget aku itu malah tambah masalah, dan banyak konflik – konfliknya. Cuman yang aku tonton sih memang gambarin tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan sih” (I-3)

Seperti dalam kutipan wawancara informan 3 diatas serial drama korea Race ini menggambarkan permasalahan yang sering terjadi dialami oleh praktisi public relations. Informan 3 menjelaskan bahwa Seyong ini terkena pemberitaan buruk yaitu terjadinya korupsi sehingga tim internal PR Seyong harus memperbaiki kembali citra perusahaan Seyong dengan adanya program perekrutan tanpa kualifikasi. Namun menurut informan 3, program tersebut tidak berjalan baik sehingga membuat konfliknya bertambah dan berkepanjangan,

informan 3 mengatakan bahwa serial Race ini memang memberikan gambaran tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan. Sama dengan informan 1, 2 dan 3 informan 4 juga memiliki pendapat bahwa serial drama korea Race ini merupakan penggambaran dari profesi public relations dan suka duka menjadi pekerja kantor di bidang PR. Berikut penjelasan informan 4 :

“ya itu sih penggambaran profesi public relations kalo di serial itu bagaimana, terus suka duka kehidupan pekerja kantor yang memang dijalani sebagai seorang PR. Lalu konflik yang digambarkan juga beragam, menggambarkan perjuangan si tokoh perempuan itu untuk membuktikan bahwa sebenarnya ia layak diterima di perusahaan Seyong. Yang aku tangkep sih itu ya mel, menceritakan public relations itu bagaimana, tantangan rintangan yang dialami perusahaan dan PR, aku itu suka ya film serial kaya gini yang memang membahas tentang profesi aku, perjuangan karakter cewe itu dari perbedaan di agency kecil hingga pindah ke perusahaan besar di korea, nah ngegambarin perbedaan pola kerja juga kan tuhh” (I-4)

Seperti dalam kutipan wawancara informan 4 diatas menurutnya serial drama korea Race ini penggambaran profesi public relations, suka duka yang dialami sebagai seorang PR. Lalu menggambarkan perjuangan pemeran utama wanita di serial dimana ia berusaha untuk bisa membuktikan bahwa sebenarnya ia layak diterima di perusahaan Seyong melalui perekrutan tanpa kualifikasi meskipun dikucilkan oleh atasan dan rekan kerja. Sama halnya dengan informan 1 yang mengatakan bahwa petinggi atau eksekutif perusahaan di serial Race yang cukup problematik.

Keempat informan menjelaskan pendapat mereka mengenai alur cerita dalam serial Race yang merupakan penggambaran tugas dan fungsi public relations di perusahaan Seyong. Informan 2 dan 3 memahami mengenai konflik yang terjadi dan sependapat bahwa serial ini menggambarkan realitas tugas dan fungsi public relations yang terjadi namun informan 2 dan 3 merasa bingung mengenai Seyong ini perusahaan di bidang apa. Berikut penjelasan informan 2 :

“dia jadi PR internal perusahaan dia bergabung di tim internal perusahaan yang notabene nya sebenarnya agak berbeda sih skema bekerjanya kemudian apa namanya ruang lingkup pekerjaan itu sedikit berbeda begitu karena kalo misalnya dikonsultan itu kita penyedia jasa sementara kalo yang di Seyong itu aku belum terlalu nangkap sih sebenarnya Seyong itu perusahaan yang bergerak di bidang apa sih karena kadang dia ngehandle proyek kosmetik kadang ngehandle apa begitu kan, itu sih aku masih kurang nangkap karena ada tiga bahkan ada banyak pihak yang berlapis lapis kan jadi aku kadang kurang bisa meletakkan saja mana sih yang jadi penyedia jasa nya mana yang fasilitator nya mana yang jadi klien nya kalo klien nya kan sudah jelas, klien nya itu celltics itu kan yang paling banyak dibahas disitu itu sih.” (I-2)

Seperti kutipan wawancara informan 2 diatas bahwa informan 2 memahami dan dapat memberikan pendapat mengenai alur cerita dalam serial Race. Informan 2 dapat menjelaskan bahwa ketika sudah bekerja di perusahaan besar tentunya akan ada skema bekerja yang berbeda. Informan 2 merasa bingung mengenai perusahaan Seyong yang bergerak di bidang apa. Sama halnya dengan informan 2, informan 3 juga merasa bingung tentang perusahaan Seyong. Berikut penjelasan informan 3 :

“konflik nya sebenarnya gak yang serius atau fatal banget. Kaya ya reputasi perusahaan, permasalahan internal, tapi itu dilebih lebihkan saja sih, dan menurutku karyawan di Seyong tuhh pada bersaing buat naikin jabatan kan ya. Terus alurnya ya ngegambarin bagaimana sih tugas dan fungsi PR di perusahaan, tapi ada yang gak aku paham kaya Seyong ini perusahaan apa karena dia banyak bekerja sama dengan stakeholders lain, terus ada konflik ke Celltics, roti, dan lain lain” (I-3)

Seperti kutipan wawancara informan 3 diatas bahwa informan 3 dapat menjelaskan pendapatnya mengenai alur cerita dalam serial Race dimana adanya konflik perusahaan yang menurut informan 3 tidak terlalu serius atau fatal, informan 3 berpendapat bahwa permasalahan yang ada dilebih – lebihkan. Informan 3 berpendapat bahwa serial Race ini juga alurnya memberikan gambaran bagaimana tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan. Sama halnya dengan informan 2, bahwa informan 3 juga merasa bingung Seyong ini perusahaan apa karena banyak bekerja sama dengan stakeholders lain. Berbeda dengan informan 2 dan 3 informan 1 dan 5 ini memiliki pendapat yang sama yaitu pendapatnya mengenai penggambaran public relations di serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

“menurut ku sesuai, aku itu awalnya ingin nonton karena drakor ini itu kayanya ngupas tentang PR begitu,seru begitu aku kan ingin tahu ya dari hmm prospektif mengenai profesi aku itu seperti apa kalo diangkat di drakor. sebenarnya cukup relate cuman gak semuanya karena dari segi culture itu kan beda ya yang terjadi di Korea dan Indonesia itu kalo relate ke diri aku nya engga, tapi kalo ke serial nya jalan cerita nya itu nyambung saja sih alurnya” (I-1)

Seperti kutipan wawancara informan 1 diatas bahwa informan 1 berpendapat bahwa penggambaran profesi public relations di serial Race ini sesuai dan mengupas tentang PR. Namun menurut informan 1 berpendapat bahwa tidak semuanya relate dikarenakan adanya perbedaan dari segi culture yang beda yang terjadi di Korea dan Indonesia. Sama halnya dengan informan 1, informan 4 berpendapat bahwa serial Race ini merupakan serial yang menggambarkan tentang public relations. Berikut penjelasan informan 4 :

“pendapat pribadiku sih sebenarnya ini ya itu tadi kasih penggambaran tentang PR gitu, seruu sih cerita nya karena banyak konflik terus nyambung.. di race itu dia juga ngegambaran tentang PR digital, PR konvensional, jadi dalam satu perusahaan itu ada banyak tim PR yang terbagi. Lalu eee ada permasalahan internal juga yang dialami oleh perusahaan, isu negatif. Wah pokoknya serialnya complicated ngegambaran suka duka nya jadi PR” (I-4)

Dalam kutipan wawancara informan 4 sama berpendapat Race memberikan penggambaran tentang PR dan konflik yang ada di serial saling berkaitan. Informan 4 memberikan pendapat bahwa serial Race ini juga bukan hanya menggambarkan praktisi PR saja tetapi juga tentang PR digital, PR konvensional dan ada banyak terbagi tim PR dalam satu perusahaan. Informan 4 juga berpendapat bahwa serial Race ini tidak hanya menggambarkan konflik eksternal saja tetapi juga konflik internal dan isu negatif yang merusak citra perusahaan Seyong. Informan 4 dengan tegas mengatakan bahwa serial Race ini complicated dalam menggambarkan suka duka sebagai PR.

Keempat informan dapat menjelaskan pendapat yang mereka tangkap terkait pesan yang ingin disampaikan dalam serial Race. Keempat informan menjelaskan bahwa pesan yang ingin disampaikan pada serial Race ini mengenai penggambaran tugas dan fungsi public relations. Namun dari pendapat keempat informan tersebut tentunya ada tambahan yang berbeda mengenai pesan yang ingin disampaikan dalam serial Race. Informan 1 menjelaskan bahwa pesan serial Race ini ingin menggambarkan tugas dan fungsi serial Race lalu serial Race ini lebih mengarah ke keilmuan PR dan juga memberikan gambaran ketika bekerja disuatu company. Berikut penjelasan informan 1 :

“Hmm sebenarnya kalau yang aku tangkep ya dari drama Race ini lebih ke keilmuan PR yang kamu gak kepikiran bakal kepake sih sebagai praktisi PR itu kamu sudah punya pakem pakem begitu loh kalo untuk kerja di company dan kamu juga harus bisa nyesuain kalo misalkan kamu kerja untuk brand, kamu kerja untuk

suatu company dengan suatu citra dan persepsi baik dari company itu sama kalo kamu kerja di tempat lain yang ngehandle macem – macem begitu, kadang – kadang ilmu yang kita pelajari di kampus itu tuh gak sama prinsipnya untuk diterapin di dunia kerja yang super agail dan praktis, kadang – kadang itu industri dapet insight nya dari film – film kaya Race ini dari serial – serial drakor yang kaya Race ini, kita tonton sambil buat hiburan tapi ternyata bisa keambil banyak lah insight – insight yang menarik buat diterapin di profesi kita as a PR. Dan menurut aku juga Race ini lebih mau ngegambarin ke penonton nya bagaimana sih tugas nya PR, or fungsi nya PR untuk sebuah company, brand atau apapun” (I-1)

Dalam kutipan wawancara informan 1 diatas menurutnya pesan yang disampaikan ini mengenai keilmuan PR yang banyak orang berpikir hal tersebut tidak terpakai ketika sudah menjadi praktisi PR. Informan 1 berpendapat bahwa tugas dan fungsi Public Relations seperti menulis dan mengedit, publisitas, hubungan media, lobbying, hubungan internal dan tugas fungsi PR lainnya digambarkan melalui serial Race ini, sehingga memberikan gambaran penonton akan hal tersebut jika bekerja disuatu company. Informan 1 juga menjelaskan bahwa serial Race ini ditonton untuk hiburan namun ternyata bisa mengambil insight yang banyak untuk diterapkan di profesi PR. Sama dengan informan 2 berpendapat bahwa pesan yang disampaikan mengenai tugas dan fungsi PR, namun ada penjelasan tambahan terkait pesan pada race yang disampaikan oleh informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“hmm ya intinya kalo aku liat sih sebenarnya mereka itu kebanyakan menyoroiti bagaimana sih tokoh utama ini beradaptasi dari kerjaan yang lama kepada kerjaan yang baru begitu loh, jadi kaya aku lebih ditunjukin kaya dia menghadapi berbagai macam masalah yang menurut aku sebenarnya gak begitu begitu banget maksudnya kaya di Indonesia itu gak seperti itu begitu loh kenyataannya ada perbedaan yang menonjol begitu antara di serial karena mungkin serial nya juga serial Korea dengan di Indonesia menurut aku itu kaya pas dia diterima di satu program perekrutan tanpa kualifikasi terus kemudian malah jadi krisis itu itu maksudnya kaya wartawan atau media nya kaya kurang kerjaan banget kaya ingin musuh mulu sama si Seyong begitu loh terus kaya pesan yang ingin disampaikan kaya mau ngegambarin pekerjaan public relations seperti tugas dan fungsinya tapi ya ditambahin dengan bumbu bumbu konflik” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa yang ia tangkap mengenai pesan yang ingin disampaikan mengenai serial Race ini terkait dengan penggambaran pekerjaan public relations seperti tugas dan fungsi nya PR seperti apa jika dijadikan serial, namun ia merasa bahwa di serial tersebut kebanyakan menyoroiti tokoh utama wanita yaitu ParkYoonjo yang beradaptasi dari perusahaan yang lama ke perusahaan yang baru. Informan 2 juga menjelaskan bahwa ia permasalahan yang ada di serial tidak begitu serius tidak seperti Public Relations di Indonesia. Informan 2 juga merasakan adanya perbedaan yang menonjol di serial tersebut yang mungkin permasalahan tersebut serius di Korea tapi tidak serius di Indonesia. Informan 2 juga berpendapat bahwa ketika adanya program perekrutan tanpa kualifikasi itu program dianggap tidak efektif dan konflik nya selalu tentang perusahaan Seyong yang dilanda krisis terus menerus sehingga membuat ParkYoonjo diserang oleh netizen. Informan 2 juga merasa bahwa sikap masyarakat dan rekan kerja disana tidak humanis atau tidak memiliki empati. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmm pesan yang ingin disampaikan nya ini kaya adanya persaingan di tempat kerja jadi ngasih tahu ke kita bahwa di serial ini adanya persaingan di lingkungan kerja, karena seingat aku itu karyawannya memang bersaing untuk promosi, pengakuan dan juga berebutan untuk ngehandle proyek proyek penting ohiya sama ini perebutan jabatan. kita itu sebagai PR harus kerja keras dan penuh ketekunan dimana kan di race itu ngegambarin kalo si pemeran utama cewe itu sering banget kan dikasih tantangan besar yang memang menguji

banget dedikasi dan ketahanan kita sebagai PR, kaya dia dikucilkan, diasingkan, ya pokoknya disalahin deh di Race ituu. Lalu juga adanya kesenjangan sosial dan ekonomi kan karena ParkYoonjo dikucilkan dan diremehin. lalu juga ada pesan mengenai persahabatan dimana digambarin ke pemeran utama cewe sama cowo yang saling membantu, Yaa yang aku tangkep sih emangg mau ngegambarin dan sampein pesan bahwa PR itu penting loh” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa menurut pendapatnya pesan yang ingin disampaikan dalam serial Race ini terkait persaingan yang terjadi ditempat kerja mulai dari bersaing menghandle proyek ataupun perebutan jabatan. Informan 3 juga memahami pesan dalam serial Race ini adalah sebagai seorang PR harus bekerja keras dan tekun karena akan ada banyak tantangan dan permasalahan yang akan menguji dedikasi dan ketahanan sebagai praktisi PR. Informan 3 juga menjelaskan bahwa dalam serial Race menggambarkan sebagai praktisi PR memiliki sahabat yang saling membantu dan menyampaikan pesan bahwa profesi public relations sangat penting di perusahaan. Berikut penjelasan informan 4 :

“hmm pesan yang ingin disampaikan yaa mel apa yaa. Sebenarnya yang saya tangkep after saya nonton serial itu sih lebih ke membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan dan dibumbui dengan konflik konflik tersebut supaya menarik perhatian penonton. Terus ya dari pemeran utama cewe ini si saya nangeknya ya sebagai PR dari agency kecil ke perusahaan besar ya harus survive sih jadi jangan gampang nyerah gitu loh sama tekanan atau permasalahan yang ada. memberikan gambaran juga kalau tugas PR diperusahaan itu ginii loh, cara penyelesaian masalah seperti krisis dan manajemen reputasi tuhh gini loh, permasalahan di bidang PR yang akan dialami perusahaan itu seperti ini, gitu loh mel.” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa menurut pendapatnya pesan yang ingin disampaikan dalam serial Race ini terkait dengan tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan dan konflik – konflik yang dihadapi oleh PR. Keempat informan dapat menjelaskan mengenai konflik yang disampaikan dalam serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

“Menurutku sebenarnya konfliknya klasik dan itu sering banget terjadi di perusahaan – perusahaan manapun yang membutuhkan atau memperkerjakan para praktisi PR dan rata – rata itu memang a top level management yang punya issue entah isu nya ada kepentingan perusahaan sendiri, atau isu nya ada pembagian keuntungan yang mungkin kurang fair atau kurang – kurang kaya sekarang tapi hm itu itu memang terjadi sih kalau untuk permasalahan permasalahan yang ada di serial Race itu beneran terjadi lah di dalam kehidupan kakak, dan hm di dalam karir track nya para praktisi PR.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa konflik yang terjadi di serial Race sangat klasik dan sering terjadi di perusahaan. Menurut informan 1 konflik yang terjadi di serial Race terkait dengan a top level management yang memang ada kepentingan pribadi untuk perebutan kekuasaan yang terjadi di serial Race. Informan 1 juga menjelaskan bahwa permasalahan yang ada di serial Race juga terjadi di kehidupan nyata dan menurut informan 1 permasalahan yang ada di Race juga terdapat di dalam karir track nya para praktisi PR. Dalam arti informan 1 ini pernah mengalami konflik yang terjadi pada top level management selama menjadi PR. Beda dengan informan 1. Berikut penjelasan informan 2 :

“yang pasti bukan konflik percintaan karena yang aku liat gada konflik percintaan yang sering dibahas, ya paling konflik seperti misalnya kaya dia eee apa namanya ada waktu dimana dia ada scene adegan dimana dia itu dipercaya buat presentasiin ide nya didepan apa namanya petinggi petinggi seyong begitu kan untuk strategi promosi tapi kemudian sudah ditentukan pemenangnya siapa begitu loh itu kaya menurutku

disini kejadian tapi jarang, kalo disini itu lebih fair cara mainnya itu lebih fair. misalkan kita pitching terus ide kita memang bagus dan efektif terus promotif dan menjawab permasalahan begitu ya solubtif lah ibaratnya itu itu pasti bakalan terpilih begitu loh sebenarnya kalo kita lagi pitching pitching begitu sih gak sampe 3 pihak yang terlibat begitu loh” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa konflik yang terjadi di serial Race bukan konflik percintaan melainkan konflik yang ditangkap oleh informan 2 ketika ParkYoonjo sedang melakukan pitching di perusahaan Seyong untuk proyek Celltics, konflik yang digambarkan mengenai kecurangan pemilihan agency. Sebelum melakukan pitching dengan 3 agency perusahaan Seyong sudah ditentukan siapa yang akan jadi pemenangnya. Informan 3 juga memberikan pendapatnya mengenai konflik tersebut bahwa jika pitching dan ide yang diberikan bagus, promotif dan solubtif tentunya akan terpilih. Informan 2 juga merasakan perbedaan pitching yang ada di serial dengan kehidupan nyata, di kehidupan nyata informan ketika sedang pitching tidak ada 3 pihak yang terlibat. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“konfliknya banyak ya, selesai satu konflik ada lagi konflik lain. tapii ya konfliknya menurut aku memang terjadi sih ketika menjadi PR, kaya mengenai manajemen reputasi, permasalahan internal, permasalahan publisitas, promosi atau event. Ya masalahnya sih sebenarnya memang terjadi di kehidupan nyata. Seinget aku ya konflik nya memang ke reputasi si Seyong saja sih, media juga kaya seneng banget ngeliput Seyong yang buruk buruknya gitu. Konflik internal itu itu ya memang harus diselesaikan diinternal. Pokoknya konfliknya kompleks kaya gambarin konflik adanya persaingan di internal diantara karakter utama dengan rekan kerja nya si cewe muda itu, terus ada juga gambaran tekanan dari atasan, terus yang tadi aku bilang adanya konflik dimana si cewe itu memiliki latar belakang berbeda jadi dianggap remeh, terus diskriminasi dan ketidakadilan ke si pemeran utama, ngegambarin korupsi dan manipulasi yang dilakukan oleh eksekutif atau petinggi petinggi perusahaan Seyong gitu sih.” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa konflik yang terjadi di serial Race ini sangat banyak. Informan 3 juga merasakan bahwa konflik yang terjadi di serial Race merupakan konflik yang memang akan terjadi jika menjadi seorang public relations di dunia nyata. Konflik PR yang dijelaskan dan digambarkan mengenai manajemen reputasi, permasalahan internal dan eksternal. Informan 3 juga menjelaskan mengenai diskriminasi dan ketidakadilan ke pemeran utama yaitu ParkYoonjo lalu adanya konflik kecurangan pada eksekutif atau petinggi perusahaan. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“Hmm konflik nya sih banyak ya seinget saya, karena ada konflik internal, konflik eksternal, isu yang merusak reputasi perusahaan, konflik internal nya seperti ada perebutan jabatan atau kekuasaan, lalu penurunan penjualan juga ya. Kalo di pemerintahan kita gak ada penurunan jualan begitu sih, jadi untuk hal itu saya gak bisa jelasin karena gak pernah alamin. Lalu adanya kecurangan juga, ya lebih menggambarkan konflik yang sering terjadi di PR sih seringnya ya citra perusahaan.” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa konflik yang terjadi di serial Race ini sangat banyak. Informan 3 menjelaskan konflik yang ia tangkap mengenai isu yang merusak reputasi perusahaan, konflik internal seperti perebutan jabatan, penurunan penjualan. Namun Informan 4 menjelaskan bahwa ia sebagai PR di Pemerintahan tidak pernah mengalami permasalahan mengenai penurunan penjualan. Selain dapat menceritakan konflik yang disampaikan pada serial drama korea Race. Keempat informan mengetahui dan setuju bahwa serial drama korea Race inni berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Berikut penjelasan informan 1 :

“ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, jadi bisa hm apa ya ada pengetahuan informasi dan konvergen lah bagaimana sih kalo kita kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa ia mengetahui dan setuju serial drama Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Informan 1 mengatakan bahwa serial Race ini ada pengetahuan informasi mengenai gambaran bekerja di bidang PR. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“iyaa karena jujur saja isu isu yang diangkat itu isu yang sama ini sama yang lagi diangkat PR PR Indonesia yang lagi concern, praktisi praktisi PR Indonesia ini itu lagi concern banget sama ESG, isu tentang ESG jadi bagaimana sih perusahaan ini itu bisa selain dia mencapai objektif nya dia juga bisa eee menunjukkan kepeduliannya terhadap permasalahan – permasalahan ESG begitu loh begitu sih, pokoknya misi pembangunan berkelanjutan begitu lah. Pokoknya kita harus bisa nunjukkin pro kita sih nunjukin eksistensi kita sebagai perusahaan yang pro dengan prinsip prinsip ESG.” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa ia mengetahui dan setuju serial drama Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Informan 2 menjelaskan bahwa isu yang ada di serial Race sama dengan isu yang sedang diangkat oleh PR di Indonesia yaitu mengenai ESG. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo itu menurutku sih iya, cuman serial race ini gak terlalu nampilin banget terus terusan mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantang yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR begitu loh, eee jadi ada gambaran tugas dan fungsi tapi dibumbui dengan cerita cerita lainnya untuk menarik perhatian penonton” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa ia mengetahui dan setuju serial drama Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Informan 3 menjelaskan bahwa serial Race ini menggambarkan tugas dan fungsi PR lalu menyoroti bagaimana pemeran karakter di serial Race ini menjalankan peran nya di bidang PR. Lalu informan 3 berpendapat bahwa serial Race ini menggambarkan bagaimana peran PR dalam menangani banyak tantangan yang muncul di perusahaan. Informan 3 berpendapat bahwa serial Race ini tentang gambaran tugas dan fungsi namun ditambah dengan cerita lainnya yang menarik perhatian penonton. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan ada penyampaian mengenai tugas dan fungsi nya, penyelesaian konflik pun itukan merupakan tugas dari seorang PR” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa ia mengetahui dan setuju serial drama Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Informan 4 menjelaskan bahwa ketika menonton serial Race ia langsung mengetahui bahwa serial Race ini menggambarkan tugas dan fungsi PR, lalu ada strategi penyelesaian konflik perusahaan yang merupakan tugas dari seorang PR. Selain setuju dengan serial Race yang berfokus pada penyampaian tugas dan fungsi public relations ini. Keempat informan menjelaskan bahwa setuju penggambaran konflik yang di serial Race juga akan dihadapi oleh praktisi Public Relations di kehidupan nyata. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo untuk konflik nya sendiri sebenarnya sih hmm dekat juga ya dengan para praktisi PR kaya yang sudah aku elaborate sebelumnya. rata rata praktisi PR itu bentrok nya hanya di top level management atau kalo misalkan di agency itu berhubungan dengan klien dan request – request dari brand hmm atau perusahaan itu sendiri yang lagi di handle atau teman – teman media teman teman jurnalis biasanya itu itu saja problemnya praktisi PR” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa penggambaran konflik yang di serial Race juga akan dihadapi oleh praktisi Public Relations. Informan 3 berpendapat bahwa praktisi PR ini biasanya ada permasalahan di top level management, tim internal dan tim eksternal. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“kaya yang tadi aku bilang begitu loh kaya misalnya ada perselisihan antar petinggi petinggi “ eksekutif di Seyong. Terus kemudian masalah apa ya ohhh kaya si apa ya perdebatan antara program ini cocok gak dengan ini terus kaya kemudian kayanya eee kamu tahu ga sih yang pas eee apa sih namanya aku lupa deh publisitas, strategi publisitas nya itu menurut bu eksekutif nya itu sudah kuno begitu sudah old kalo dipake jaman sekarang begitu kan sudah gak relevan lagi dengan zaman yang sekarang lebih refered itu ya kita seharusnya lebih bisa kreatif lagi begitu loh” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa penggambaran konflik yang di serial Race ini menggambarkan konflik internal karena adanya perebutan jabatan. Lalu informan 2 juga menjelaskan bahwa adanya perdebatan mengenai program yang dilakukan Seyong sudah tidak relevan untuk saat ini sehingga sebagai praktisi public relations harus bisa lebih kreatif. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“untuk penggambaran konflik realitas PR dalam serial race ini si bisa ngasih beberapa pandangan dan realistis tentang tantangan yang dihadapi di PR ini kaya yang sudah aku jelasin tadi ya Race ini itu ngegambarin konflik apa saja sih yang dihadapi oleh praktisi PR kaya manajemen krisis, hubungan media, etika, nah makanya drama ini tuh menurut aku bisa memberikan pandangan yang autentik dan kredibel tentang dunia PR begitu. Terus yang aku inget sih ya tekanan dari atasan yang dialami oleh seorang praktisi PR. Ya menurutku sih konflik yang digambarin memang konflik yang akan dihadapi oleh PR” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa penggambaran konflik yang di serial ini memberikan beberapa pandangan yang realistis mengenai tantangan yang akan dihadapi seorang praktisi public relations. Sebagai praktisi Public Relations tentunya akan menghadapi permasalahan seperti manajemen krisis, hubungan media dan etika. Seorang public relations juga harus bisa bekerja dalam tekanan dari atasan dan konflik yang ada di serial akan dihadapi oleh PR. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“penggambaran mengenai konflik PR di Race ya ini sih yang saya tangkap bisa memberikan beberapa gambaran mengenai konflik apa saja sih yang dihadapi seorang PR, kalo di serial Race itu kan adanya manajemen konflik, krisis reputasi, konflik internal dan eksternal. Wah complicated deh ya jadi melalui serial ini pasti yang nonton akan langsung tergambarkan kaya ohh ini permasalahan yang dihadapi oleh PR, konflik nya ini dan mengatasi nya seperti ini. menurut pendapat saya memang konfliknya seru sih ya haha karena menantang, ada mengenai citra perusahaan, lalu internal kaya karyawan nya gitu mell” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa penggambaran konflik yang di serial ini memberikan gambaran mengenai konflik yang akan digambarkan oleh seorang PR. Konflik tersebut seperti manajemen konflik, krisis reputasi, konflik internal dan eksternal. informan 4 berpendapat bahwa penggambaran konflik di serial Race cukup complicated. Selain dapat menjelaskan penggambaran konflik yang ada di serial, keempat informan

dapat menjelaskan dinamika pekerjaan mereka dalam menjalankan tugas sebagai praktisi Public Relations. Berikut penjelasan informan 1 :

“dinamika pekerjaan as a PR itu itu harus ezail banget sih, industri PR itu mungkin orang – orang liatnya pekerjaan yang stereotype nya adalah pekerjaan cantik begitu buat cewe – cewe yang oh hmm kamu rapih, kamu progress bgt tapi kenyataan dari apa yang aku pelajarin di kuliah di ilmu komunikasi di mascom yang juga mengarah majory nya ke public relations dunia PR itu keras banget hm dan ternyata lebih banyak praktisi PR cowo di dunia PR itu sendiri karena kamu harus yang pertama cepet kamu harus berpikir kritis kamu harus siap sedia dan kamu mm gada namanya sabtu minggu itu kamu apa ya ah aku gabisa di hubungi ini karena lagi weekend soalnya dari apa yang sudah aku jalanin as a PR praktisi krisis itu gak mengenal waktu, request dari klien kalo lagi handle klien itu gak mengenal waktu, dan kita harus selalu up to date dengan timeline itu terus kita harus hmm stay in timeline dan juga pasti informasi yang akurat begitu jadi itu sih kalo dinamika dari aku.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR yaitu seorang PR harus siap untuk selalu dihubungi. Informan 1 juga menjelaskan adanya stereotype yang mengatakan bahwa PR merupakan pekerjaan yang identik dengan perempuan cantik dan menarik namun ternyata sepengetahuan informan 1 banyak praktisi PR cowo di dunia PR. Informan 1 menjelaskan bahwa krisis itu bisa datang kapan saja, jadi tugas sebagai PR harus bisa cepat, berpikir kritis, dan bisa menghadapi jam kerja yang tidak sesuai karena dunia PR ini keras banget. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“ dinamika pekerjaan praktisi PR ya, kalo aku sih pertama kita persamain dulu ini persepsi kita sama klien kita jadi kita harus tahu dulu objektif nya apa key message nya apa, terus kemudian goals akhirnya apa sih yang mau dia iniin gituu, kalo biasanya itu dikantor aku tuh awareness, terus reputasi, manajemen krisis, kemudian hmm ya reputasi sih sebenarnya yang lagi banyak itu tentang krisis yaa sama promosi peluncuran produk, brand awareness dan segala macem itu. nah cara menghadapi nya ya pertama kita persamaan dulu ini persepsi nya gituu loh dari apa namanya dari segi program yang mau digarap itu kira kira sudah bener belum dengan cara dan strategi yang seperti ini apakah relevan gituu dengan target audience nya gituu kemudian eee yang kedua itu apa ya namanya kita harus bisa tetap ini si profesional dan memahami keinginan klien yang kaya walaupun kita sebagai konsultan disini tugas nya adalah memberikan dia eee masukan, input, arahan gituu ya untuk menyampaikan strategi komunikasi yang bener begitu tapi tetap saja kita harus dengerin maunya dia.” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR yaitu seorang PR harus bisa menyamakan persepsi dengan klien. Tugas PR itu dapat mengetahui dan membuat strategi yang akan digunakan dalam promosi, peluncuran produk, atau meningkatkan brand awareness. PR harus memahami keinginan klien dan memenuhi ekspetasi klien namun tetap memberikan masukan, input dan arahan. Menurut informan 2 seorang PR harus bisa melihat pressrelease yang memiliki nilai berita dan yang tidak. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“bagaimana kita menjalani tugas kita as a PR pertama kita itu adalah titik tumpu komunikasi jadi menjadi penting gituu, apa key message yang bisa memenuhi kebutuhan customer kita, apa yang kira kira menjadi permasalahan mereka nah itu kita coba meminimalisir. contoh yakan misalnya di dunia crypto ya di dunia crypto itu ada produk jadi di produk kita itu ada namanya staking nanti kamu bisa cari staking, staking ini dulunya apa namanya sistemnya tidak boleh menggunakan istilah tersebut nah ini juga bisa jadi dinamika. staking ini dulu tidak ada regulasi nya di Indonesia nah sistemnya seperti menabung jadi kalo kita punya aset

kita staking nah itu nanti kita akan mendapatkan keuntungan berupa bunga misalnya di awal ketika produk ini meluncur atau dirilis staking nya itu bunga nya 12% tapi seiring waktu karena ada perubahan dari dalam company staking nya turun ini jadi 7% misalnya yakan, nah otomatis orang orang yang tadinya tidak senang yang awalnya senang dengan 12% kemudian menjadi 7% tentunya gak senang dong ini menjadi dinamika kan, nah bagaimana cara kita sebagai PR menyampaikannya ya kita kasih tahu bahwa penurunan bunga itu disebabkan oleh faktor faktor apa saja ini begitu misalnya,” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR yaitu seorang PR harus bisa memenuhi kebutuhan customer. Informan 3 menjelaskan permasalahan yang terjadi di perusahaannya yaitu mengenai staking. Tugas seorang PR harus bisa menyampaikan ke publik mengenai permasalahan yang terjadi di perusahaan. Ketika terjadi permasalahan di perusahaan sebagai PR harus bisa menjawab semua pertanyaan yang akan ditanyakan sama orang – orang. Informan 3 juga menjelaskan strateginya dalam menyelesaikan masalah harus bekerja sama dengan tim divisi lainnya. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“hm kalo pengalaman di bidang PR ini sejauh ini sih memang menurut saya ya sebagai PR di pemerintahan agak berbeda dengan bidang PR seperti di perusahaan atau agency. Perbedaan yang mencolok sih cuman gamencolok banget sih memang sebagian besar pekerjaan dan tugasnya sama namun yaa saya ambil contoh misalnya kaya PR di perusahaan pertamina itu di pertamina biasanya mereka sebagai direktur komunikasi jadi kalo di pihak perusahaan itu lebih strategis karena biasanya ketika ada isu si PR pertamina itu langsung menjadi satu sumber yang patut ditulis sama media jadi sestrategis itu PR di perusahaan sedangkan kalo PR di pemerintah isu yang dilempar media akan mencari eee pimpinan daerahnya begitu, maksudnya kalo pemerintah daerah ya langsung dicari pimpinan daerah nya seperti walikota atau wakil walikota untuk menjadi sumber informasi utama jadi untuk apa ya namanya agak berbedanya disitu. Kalo untuk dinamika itu sebagai PR itu memang harus tahu segala galanya apalagi kalo di humas pemerintah daerah” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR di pemerintah. Informan 4 merasa bahwa PR di pemerintah dengan PR di perusahaan berbeda. Ia menjelaskan perbedaannya pemerintah dan di perusahaan karena adanya direktur komunikasi dan lebih strategis ketika adanya suatu masalah. Namun ia merasa bahwa ketika di pemerintah ada permasalahan maka yang akan dicari adalah pimpinan daerahnya untuk menjadi sumber informasi utama. PR di pemerintah harus bisa tahu segalanya karena untuk menjawab dan menyampaikan mengenai pertanyaan masyarakat. Selain yang mereka jelaskan mengenai dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR. Keempat informan dapat menjelaskan cara mereka melakukan manajemen konflik dengan rekan kerja dalam melakukan aktivitas PR. Berikut penjelasan informan 1 :

“untuk manajemen konflik kebetulan karena aku belajar komunikasi bertahun – tahun, biasanya aku akan coba discuss discuss hmm kalo misalkan ini tergantung masalahnya ya seberapa besar dan seberapa berat begitu masalah tersebut. Kalau harus diselesaikan saat itu juga dan urgent, aku prefer untuk one on one session. Jadi kita ngobrol dan kita itu bisa menyampaikan pendapat. Hmm kalo untuk discuss dan berkomunikasi itu aku juga menyesuaikan dari lawan bicara, cara kita ngomong dengan orang yang sepantaran dengan orang yang gendernya sama atau yang gendernya beda atau dengan yang lebih tua dan yang lebih muda itu semua penyampaiannya beda. jujur agak ribet karena biar tahu metode komunikasi mana yang paling tepat buat kita discuss terhadap konflik ini.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi, namun hal tersebut dapat dipertimbangkan tergantung masalah nya sebesar apa. Jika masalah yang ada begitu besar dan urgent maka informan 1 akan melakukan one on one session untuk menyampaikan pendapat. Informan 1 juga menjelaskan bahwa cara berkomunikasi dengan lawan bicara berbeda karena harus menyesuaikan dari lawan bicara, seperti dengan orang yang lebih muda atau yang lebih tua. Menurutnya dengan berkomunikasi dan diskusi merupakan cara terbaik ketika menghadapi management konflik. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“kebetulan sih kalo konstan konstan di kantor aku itu atasan aku itu orang nya baik baik banget ya maksudnya kaya supportif, terus juga apa namanya berempati juga, terus juga kita kemudian karena sudah supportif jadi kita saling backup misalkan kaya eee apa namanya rekan kerja aku itu lagi kebingungan buat milih konteks buat ngundang media atau buat bikin apa namanya talking points dan sebagainya begitu ya itu tuh pasti kita tuker pikiran kita open banget dengan namanya diskusi gitu loh diskusi sama tim jadi kaya sudah saling support banget sih antara aku dan rekan kerja lain itu gak ada namanya egosentris” (I-2)

Informan 2 menjelaskan cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi dan saling support. Informan 2 menjelaskan bahwa rekan kerja di perusahaan ia supportif dan berempati tidak ada yang memiliki sifat egosentris, sehingga jika ada rekan tim yang kebingungan dan terkena masalah maka rekan tim lainnya akan membantu. Informan 2 juga menjelaskan bahwa tidak adanya perbedaan usia dalam penyampaian pendapat, baik yang tua maupun yang muda bisa menyampaikan pendapat dan akan didengar. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo untuk manajemen konflik sebenarnya itu sudah pasti ada ya cuman kan segala sesuatu yang namanya kita berhubungan dengan manusia itu semua ada levelnya konflik ini kan sekecil apapun bisa dikatakan sebagai konflik tapi levelnya seperti apa itu biasanya akan kita leveling kalo dia masih cuman sekedar level rendah ya, kaya ohh aku lebih seneng seperti ini itu preferensi itu kita masih bisa obrolin di meeting biasanya nah sebenarnya kunci dari PR itu adalah ngobrol, hmm apapun ceritanya PR itu ngobrol jadi ketika kita mengalami konflik antara rekan kerja ya kita ngobrol kita siapin waktu kita ajak mereka untuk call ya kita obrol soal ini yuk diskus saja sebentar kira kira baiknya kaya bagaimana jadi kita sampaikan dari sisi PR itu kita itu kebutuhannya apa itu yang paling penting kebutuhan kita apa, apa yang kita harapkan seperti apa ekspektasi kita itu 3 hal paling penting dari sisi PR udahh kemudian dari tim yang lain yang mungkin kurang setuju atau yang mejadi teman diskusi kita atau teman kita dalam berkonflik dalam konteks ini dia akan juga akan kasih tahu ohh barriernya seperti apa apa yang tidak bisa, gitu jadi semua harus diobrolin ketika dia kasih tahu ohh tantangannya seperti ini hambatannya seperti ini solusi yang mereka tawarkan seperti apa ini nanti kita cari jalan tengah gitu.” (I-3)

Informan 3 menjelaskan cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi. Informan 3 menjelaskan jika konflik nya masih di level rendah maka hal tersebut bisa dikomunikasikan ketika meeting untuk membahas kira kira baiknya bagaimana, kebutuhannya apa dan apa yang diharapkan. Informan 3 juga menjelaskan jika terjadi konflik dengan divisi lain maka tetap harus berkomunikasi mengenai tantangannya, hambatannya, dan solusi nya apa. Setelah sudah dikomunikasikan maka dicari jalan tengahnya agar permasalahan bisa selesai. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“hmm manajemen konflik di internal yaaa saya rasa cenderung sedikit yaa konflik nya dengan teman teman karena kita bekerja secara tim gitu hand in hand gitu jadi semuanya saling membantu. kalo ada konflik ya pasti berada di konflik media gitu sih kaya salah bidang media begitu. Kalo manajemen konflik di eksternal

itu juga saya rasa juga apa gak ada ya karena kan disini tuh sistemnya saling membutuhkan, jadi paling kaya simulasi simulasi kaya ini nih harusnya masuknya kesini, ya perdebatan kaya begitu saja sih kaya ini harusnya dibagian ini, nah nanti dari pihak lain akan memberitahukan bahwa seharusnya kaya gini loh, masalah ini harusnya diambil jalan tengahnya dan diskusikan, paling gitu sih. Tim PR memberikan rekomendasi tindakan buat komunikasi apa yang perlu dilakukan dan siapa siapa saja yang patut memberikan pernyataan.” (I-4)

Informan 4 menjelaskan cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi dan mengambil jalan tengah. Informan 4 mengatakan bahwa cenderung sedikit konflik yang terjadi di tim internal karena semua tim saling membutuhkan. Informan 4 juga memberikan contoh jika terjadi konflik di eksternal pemerintahan, tentunya tim PR akan memberikan saran dan rekomendasi tindakan untuk berkomunikasi mengenai hal yang perlu dilakukan dan siapa yang berhak memberikan pernyataan di permasalahan tersebut. Selain yang mereka jelaskan cara melakukan management konflik dengan rekan kerja. Keempat informan juga dapat menjelaskan cara menanggulangi perbedaan pendapat dalam fungsi PR. Berikut penjelasan informan 1 :

“iya, sebenarnya menjadi praktisi PR itu harus siap mendengarkan banyak perbedaan pendapat tapi harus bisa decision making pendapat mana yang kira kira paling make sense untuk kita implementasikan. Perbedaan pendapat itu pasti ada, cuman hm diantara perbedaan itu kita cari jalan tengah yang sekiranya balance dan banyak poin poin yang keangkut. kita pasti bisa cari jalan tengahnya hmm dengan discuss meski opini nya itu agak agak apa ya agak agak bersebrangan pasti kita bisa cari mana opini yang paling efektif yang bisa kita pakai begitu” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa cara menanggulangi perbedaan pendapat yaitu dengan mencari jalan tengah ketika sedang diskusi. Sebagai PR harus siap mendengarkan, Informan 1 setuju bahwa dalam berdiskusi pasti akan selalu ada perbedaan pendapat tapi hal tersebut dapat diselesaikan dengan diskusi lalu mana pendapat yang lebih makesense dan efektif untuk diimplementasikan. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“kalo dengan tim rekan setim itu ya biasanya aku sih sudah punya opini yang sama ya sudah punya perspektif yang sama karena kita background nya sama sama PR jadi kita itu tahu mana informasi yang konteksnya konteksnya sudah mengandung nilai berita. jadi kita itu sudah punya kesamaan jadi aku jarang banget beda pendapat sama rekan kerja aku sama atasan aku karena kita tuh sudah punya persepsi yang sama sudah punya pemikiran yang sama. nah biasanya sama klien ini dan sama pihak ketiga dan sama media kita nyebutnya kan thirdparty begitu. Kalo sama thirdpart dan sama media itu kadang kita perlu mengkomunikasikan lebih dalam lagi tentang kebutuhan kita itu ini loh urgensi nya seperti ini loh, terus caranya yang mau kita coba lakukan ya ini begini loh caranya jadi itu sih yang lebih kita lobby lobby ke mereka mereka gitu loh kita membangun pemahaman aja sih jadi kayak kita kasih pengertian” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa jarang merasakan perbedaan pendapat dengan tim internal di Public Relations dengan alasan karena memiliki background yang sama sebagai PR sehingga persepsi dan pemikirannya juga sama baik dari rekan kerja atau atasan. Informan 2 juga menjelaskan bahwa perbedaan pendapat seringkali terjadi dengan klien karena biasanya keinginan klien berbeda dengan pemikiran PR. Cara informan 2 yaitu dengan menjelaskan dan mengkomunikasikan kebutuhan klien untuk melakukan cara yang terbaik dan efektif sehingga dapat membangun pemahaman kepada klien agar bisa satu pendapat. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“Kita cari jalan tengah, ohh dari mereka jalan nya seperti ini nihh. jadi semuanya ngobrol semuanya ituu harus di diskusikan untuk dicari jalan tengahnya gitu nah krisis juga sama ketika kita menghadapi krisis kita harus ngobrol, kunci dari PR itu adalah komunikasi jadi kita harus ngobrol jadi ketika kita menghadapi krisis kita harus liat juga krisis nya levelnya sampe mana kalo misalnya ini menjadi kasus yang besar itu baru kita harus eskalasi tapi eskalasi nya sampe mana kalo ternyata kita eskalasinya sampe head saja cukup ya gapapaa, berarti di head saja sudah selesai, biasanya head akan kasih solusi terus abis itu yaudah solusi ini yang akan kita apply. Intinya kalo ada perbedaan pendapat ya kita discuss, ngobrol saja buat cari jalan keluarnya atau jalan tengahnya gitu” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa cara menanggulangi perbedaan pendapat yaitu dengan diskusikan dan mencari jalan tengahnya. Informan 3 juga memberikan contoh ketika ada krisis maka harus berkomunikasi bagaimana cara menghadapi krisis tersebut. Level krisis nya juga perlu diperhatikan, jika sudah sampai di level yang urgent maka harus berdiskusi langsung dengan head dan saling memberikan solusi untuk bisa mendapatkan jalan keluar atau jalan tengahnya. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 4 :

“perbedaan pendapat ya hmm biasanya dengan pimpinan sih hehehe, mungkin biasanya kalo dengan teman ya dengan teman setim itu biasanya kita satu pemahaman gitu, satu pemikiran gitu dan biasanya saya sama teman teman lain juga. berbedanya biasanya dengan para pimpinan begitu, biasanya mereka pimpinan mungkin karena sudah biasa gitu, sudah lama berada di dunia pemerintahan, biasanya mereka umumnya langkah langkah penyelesaian nya berbeda dan kalo dari kami dari teman teman itu biasanya memberikan saran gitu pada pimpinan syukur kalo memang ditindak lanjuti, kalo ditindaklanjuti biasanya pimpinan itu memberikan alasan nya gitu. Jadi palingan di cari jalan tengahnya dengan diskusi tim mel, cari jalan terbaik nya. Paling itu sih mell” (I-4)

Informan 4 merasakan hal yang sama dengan informan 2 yaitu jarang ada perbedaan pendapat dengan rekan se tim di PR karena sudah satu pemahaman dan satu pemikiran. Namun perbedaan pendapat tersebut terjadi dengan pimpinan di tim PR karena adanya perbedaan pengalaman di dunia pemerintahan jadi langkah – langkah penyelesaian yang dilakukan berbeda. Tim PR di pemerintah biasanya memberikan saran pada pimpinan meskipun belum tahu akan ditindaklanjuti atau tidak namun jika tidak dilanjuti pastinya pimpinan akan memberikan alasan. Jadi menurut informan 4 jika adanya perbedaan pendapat bisa diselesaikan dengan diskusi dan cari jalan tengah yang terbaik. Selain yang mereka jelaskan cara menanggulangi perbedaan pendapat dengan rekan kerja dalam fungsi PR. Keempat informan dapat menjelaskan cara terbaik mereka untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak lainnya. Berikut penjelasan informan 1 :

“hubungan PR dengan media itu kita kaya tom and jerry ya. Tom and jerry kan keliatannya kalo didepan itu enemy begitu, tapi sebenarnya kita itu sering banget ee media itu pasti butuh banget bantuan hmm publikasi atau materi press kit dari PR untuk ngelead artikel mereka pada hari itu jadi cara aku memaintance jurnalis adalah aku gak hanya menganggap mereka sekedar oh mereka dari media oh mereka dari jurnalis, oh mereka press partner begitu tapi aku menganggap mereka itu lebih dari itu, aku ngetreat mereka itu bener bener hm mungkin simple ya tapi aku ketika mereka lagi ada apa ya ngerayain ulang tahun aku ucapin sesimple aku inget keberadaan mereka. misalkan aku lagi merepresentasikan company PR aku akan coba kirim kirim media kit, parsel di hari hari tertentu” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media yaitu dengan menganggap media ini lebih dari sekedar rekan kerja, memberikan perlakuan

yang baik, lalu memberikan media kit atau parcel di hari hari tertentu. Informan 1 mengatakan bahwa seorang PR dan media saling membutuhkan satu sama lain. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“kalo sama media sih jelas kita harus transparan, kita tuh harus kasih informasi sebisa mungkin yang apa ya namanya berbasis kan data berbasis kan fakta kemudian harus informasinya valid gitu loh. karena media sebenarnya jadi corong ya maksudnya corong untuk kita menyampaikan informasi gitu kepada publik sesuai dengan fungsinya juga media kan sebagai sumber informasi. ya ibaratnya media itu kaya apa ya namanya media itu kerannya kita itu selangnya begitu loh. jaman sekarang tuh kita gakaya hanya sama sekali berhubungan atau menjalin relasi sama media aja kita tuh juga sama komunitas sama regulator” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media yaitu harus saling transparan mengenai pemberian informasi, informasi yang diberikan harus berbasis data, fakta dan informasi yang valid. Hubungan baik dengan media sangat penting di PR karena gunanya media adalah untuk menyampaikan informasi ke publik. Informan 2 menganggap bahwa PR itu diibaratkan sebagai keran dan media itu selang, informasi yang ingin disampaikan PR ke publik bisa melalui media. Lalu sebagai seorang PR tidak hanya menjaga hubungan dan menjalin relasi dengan media saja namun juga dengan komunitas dan regulator yang ada untuk saling membantu. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“Jadikan mereka teman mereka itu juga orang yang sama seperti kita tidak ada yang membutuhkan satu sama lain secara lebih perusahaan butuh mereka, mereka juga butuh perusahaan begitu, mereka butuh brand, brand butuh mereka. kita butuh mereka untuk apa? Buat communicate segala sesuatu yang ada di perusahaan kita baik itu dari sisi produk atau dari sisi service. Jadikan mereka sebagai teman, jadi kita mengobrol sama mereka, kita bikin event sama mereka misalnya untuk menjalankan kondisi perusahaan kita terkini seperti apa terus juga ya kita mengakomodir lah ketika misalnya mereka punya pertanyaan kita usahakan untuk menjawab” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media yaitu dengan jadikan mereka teman, karena saling membutuhkan satu sama lain untuk mengkomunikasikan semua informasi yang ada di perusahaan baik mengenai produk atau service ke publik. Informan 3 menjelaskan bahwa berdiskusi dengan media, meminta saran dengan media untuk menjalankan event dan sebisa mungkin menjawab pertanyaan yang diberikan media. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“membangun dan memelihara hubungan yang baik yaa hmm apa yaa kalo sejauh ini kan memang tidak ada secara langsung gitu PR pemerintah itu karena syaratnya memang media massa itu biasanya langsung berhubungan dengan tim lainnya, kalo dari kitanya paling terkait dengan pemesanan advetorial begitu jadi hubungan dengan media massa itu disini biasanya adalah kita menetapkan berita berita yang ingin di publikasikan ke media massa itu nah itu biasanya hubungannya lebih ke sifat B2B bisnis to bisnis. (I-4)

Informan 4 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media selama menjadi PR Pemerintahan itu memang tidak ada yang secara langsung, karena biasanya dari media menghubungi tim lainnya bukan tim PR. Tim PR Pemerintah ini berhubungan dengan media secara langsung terkait dengan pemesanan advetorial untuk mempublikasikan informasi – informasi

yang mau dipublish ke media. Menurut informan 4 hubungan dengan media dengan PR pemerintahan bersifat B2B (business to business). Selain dapat menjelaskan cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media. Keempat informan dapat menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations. Berikut penjelasan informan 1 :

“mungkin tantangan terbesarnya adalah karena aku perempuan dan dunia PR itu adalah dunia dimana kamu itu harus standby dan benar benar up to date dengan company apapun atau klien manapun yang kamu lagi representasikan, yang lagi kamu handle. Kamu benar benar harus tahu banget banget aspek pemberitaan yang mungkin bahkan bukan ranah kamu, misalkan kamu lagi handle gaming padahal kamu sebenarnya bukan gamer begitu kamu harus paham begitu emm setidaknya sedikit demi sedikit mengenai gaming itu seperti apa sih. emm salah satu yang tricky dan jam kerja di dunia PR itu sebagai PR kita itu gabisa expect hmm normal normal saja kadang itu di hari kerja even aku sudah kelar jam kerja eh tiba tiba ada sesuatu ini kaya harus aduh bikin presscon segera, aduh harus segera distribusi rilis, aduh harus segera bikin standby statement karena bakalan ada isu yang harus di klarifikasi. Itu sih yang challenging karena kan mm untuk perempuan itu biasanya ada fikiran untuk ah mungkin agak calmdown sejenak di karir, waktunya buat keluarga dan sebagainya.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations adalah ketika bekerja di PR harus standby dan selalu update mengenai company atau klien, melakukan riset terkait klien yang sedang di representasikan. Lalu menurut informan 1 salah satu tantangan yang tricky mengenai jam kerja di dunia PR yang tidak bisa diperkirakan. Krisis atau permasalahan bisa datang kapan saja jadi tugas seorang PR harus bisa standby statement ketika adanya isu yang muncul dan harus di klarifikasi. Informan 1 juga mengatakan bahwa sebagai wanita yang bekerja di bidang PR tentunya membutuhkan waktu untuk keluarga, diri sendiri dan sebagainya. Berbeda dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“tantangan terbesarnya karena kebetulan aku juga baru berusaha jadi konsultan ini kan baru beberapa bulan ini kan sebelumnya tuh paling kaya ngurusin nya media doang gitu hubungan sama media, ngurusin konten konten untuk media, tapi kalo sekarang itu tantangan terbesar itu ya karena sekarang PR itu gak hanya menjalin hubungan dengan media tapi banyak stakeholders lain yang kita harus payattention sama mereka gitu loh kaya yang tadi aku bilang ada regulator, pemerintah, kemudian ada komunitas. itu sih jadi kaya lebih kepada maintenance hubungan dengan stakeholders yang super banyak ini, karena kaya banyak banget kaya media aja misalnya kaya ada banyak ada puluhan komunitas ada belasan regulator pemerintah segala macam itu banyak yang harus kita perhatiin kan apa namanya ruang lingkup pekerjaan nya gitu” (I-2)

Informan 2 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations adalah ketika baru bekerja di bidang PR tantangan nya berurusan dengan media, seperti membuat konten – konten untuk media. Namun informan 2 juga menjelaskan untuk sekarang tantangan seorang PR bukan hanya menjalin hubungan dengan media saja tapi juga dengan banyak stakeholders seperti pemerintah dan komunitas, sehingga seorang PR harus bisa memberikan perhatian lebih ke stakeholders. Hal tersebut menjadi tantangan karena sebagai PR harus maintenance dengan banyak stakeholders, komunitas dan media dimana ada puluhan pihak lalu untuk regulator pemerintah ada belasan pihak. Hal tersebut menjadi tantangan PR menurut informan 2. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmm tantangan terbesar dalam bidang public relations saat ini yaa hmm apaa yaa kalo menurut aku sebenarnya lebih kepada mungkin kita punya relationship yang kuat ya dengan media media yang cetak

tapi media digital lebih cepet updatenya gituu, jadi media digital itu lebih cepet updatenya jadi kita itu biasanya kan ingin nya itu begitu berita kita sudah rilis nah harus langsung naik begitu kan, sementara di cetak itu kan membutuhkan waktu lebih panjang kan itu sih sebenarnya kalo menurut aku. kemudian juga tantangannya adalah kadang kadang kita belum ngobrol ke media ya kita sudah harus konfirmasi atau bikin klarifikasi atau bikin rilis itu di sosial media duluan karena sosial media adalah hal yang paling pertama yang orang kunjungi ketika mereka menemukan satu isu gituu jadi memang tantangan sebenarnya menurutku bukan kepada the way communicated itu satu hal ya tapi menurutku lebih kepada needtime sih jadi memang kita harus segala suatu tuh harus cepet semuanya harus cepet kita menanggapi semua harus cepet kita menanggapi semua dengan cepat dan tepat sasaran, ya semua harus efektif dan efisien gituu” (I-3)

Informan 3 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations adalah ketika memiliki hubungan dengan media cetak dan digital. Ketika seorang PR ingin publish berita atau sebuah informasi tentunya PR ingin cepat publish, namun di media cetak tentunya akan ada proses yang panjang sehingga tidak bisa rilis secara langsung. Berbeda dengan media digital yang bisa rilis lebih cepat. Lalu juga menurut informan 3 tantangan saat ini ketika suatu isu mengenai perusahaan sudah rilis di sosial media terlebih dahulu sebelum PR mengkonfirmasi atau bikin klarifikasi, karena sosial media adalah hal yang paling pertama dikunjungi oleh publik. Informan 3 mengatakan bahwa ketika bekerja di bidang PR harus siap menghadapi tantangan dan bekerja secara cepat, seperti menanggapi isu dengan cepat, tepat sasaran dan efektif serta efisien. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“tantangan yaa hmm lebih ke media sosial sih, karena ya itu yang sudah saya sebut tadi kan media sosial itu informasinya itu sangat bias begitu. sekarang banyak banget akun akun di sosial media kaya tangsellife yang memang memiliki followers lebih banyak dari humas kota tangsel, kemudian wargatangsel, mereka suka sekali gituu ya kadang apa ya bertindak sebagai media istilahnya media massa, padahal kalo di media sosial kan kita gak tahu tuh media massa apa bukan kan tapi kan namanya warga ya karena dia lihat banyak followersnya, kemudian suka update informasi informasi yang kadang positif tapi ya lebih banyak negatifnya hehe biasanya menggiring opini untuk akun akun seperti itu nah itu menjadi tantangan kita apalagi kan kami mengelola istilahnya apa ya wajahnya kota tangsel gituu kan nah itu yang kaya sulit ya. Jadi ya tantangannya paling tantangannya di media sosial sih mell, karena sudah begitu banyak sekali ya informasi informasi palsu sedangkan kita harus mengcompare mereka buat media sosial” (I-4)

Informan 4 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations adalah terkait dengan media sosial, karena saat ini informasi di media sosial sangat bias, sehingga dapat berdampak buruk untuk citra Kota Tangerang Selatan. Lalu saat ini banyak akun akun media sosial mengenai tangerang selatan seperti tangsellife, wargatangsel dan lain – lain yang dimana akun tersebut bertindak sebagai media massa yang sebenarnya belum ada keakuratannya akun tersebut merupakan media massa atau bukan. Sebagai PR Pemerintahan tantangannya berada di akun – akun media sosial tersebut yang sering publish informasi yang terkadang positif namun lebih banyak negatifnya mengenai Kota Tangerang Selatan sehingga dapat membawa opini dan citra buruk publik mengenai Kota Tangerang Selatan. Selain dapat menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations. Keempat informan dapat menjelaskan tugas dan fungsi yang biasa mereka kerjakan sebagai praktisi Public Relations. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo untuk tugas day to day sudah pasti ya membuat pressrelease, lalu standing pressconference. Karena kebetulan di digital agency itu kita bikin presconference nya itu inhouse, presscon dan mediagathering itu hampir sama kita undang teman – teman media lalu kita audience nya bareng, silaturahmi bareng. hal

– hal lain yang pastinya adalah request – request press material yang tertulis seperti hm factsheet, atau artikel. Artikel dan press release kan beda ya beda dari segi bahasa dan penulisan, hmm pendistribusian nya ke media itu juga beda, mungkin itu yang hmm jadi day to day. Lalu pastinya beraudiensi juga dengan rekan – rekan dari pemerintahan, dari kementerian, rekan – rekan media dan jurnalis pastinya lalu hmm handling juga untuk publikasi bukan cuman media online dan digital. Dan yang pasti paling penting mengenai management krisis itu butuh strategi yang bener bener tricky cepet, hmm execute karena kalo gak bisa bad buat company.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR yaitu membuat pressrelease dan pressconference. Informan 1 bekerja di digital agency inhouse jadi melakukan presscon dan mediagathering dengan mengundang teman – teman media. Tugas lainnya seperti membuat factsheet dan artikel. Untuk factsheet dan artikel tentunya berbeda dari segi penulisan dan untuk pendistribusian nya ke media yang berbeda. Tidak hanya tugas berkaitan dengan internal saja, namun juga dengan eksternal yaitu beraudiensi dengan rekan – rekan dari pemerintahan, kementerian, rekan – rekan media dan jurnalis untuk menghandling publikasi di media online dan media digital. Menurut informan 1 tugas pentingnya mengenai management krisis yang membutuhkan strategi yang cepet agar tidak membawa dampak buruk untuk perusahaan. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“untuk fungsi nya itu kita sebagai penyedia jasa kan kita itu pasti diminta sama klien bantuin klien buat merumuskan strategi komunikasi yang tepat kemudian membangun hubungan dengan pihak pihak terkait stakeholder. fungsi dan tugasnya kita kaya ngelobby itu udh paling penting banget ya, ngelobby media, ngelobby regulator, ngelobby pihak pihak ketiga dan sebagainya itu itu sudah penting banget kemudian tugasnya juga harus dekat banget sama riset karena kita itu pasti berangkat dari data kan, gamungkin gak berangkat dari data. kemudian fungsi dan tugas nya itu ya disitu sih maksudnya kaya PR tuh juga harus bisa apa eee sebagai konsultan juga kita gaboleh yang namanya tuh belain klien banget gitu loh kita tuh gaboleh berdiri diatas wilayah yang abu abu gitu kan jadi fungsi dan tugasnya itu tuh jelas kita apa namanya harus membentuk suatu situasi dimana klien kita itu bisa menjalankan fungsi komunikasi dengan baik sesuai dengan objektif mereka gitu.” (I-2)

Informan 2 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR yaitu untuk membantu klien merumuskan strategi komunikasi yang tepat lalu membangun hubungan dengan pihak stakeholders. Informan 2 juga menjelaskan bahwa tugas dan fungsi PR yang penting yaitu ngelobby. PR harus bisa ngelobby regulator, ngelobby media, ngelobby klien atau pihak ketiga. Lalu sebagai PR ia menjankan tugas dengan melakukan riset, karena semua informasi atau kebutuhan pekerjaan harus berdasarkan data dan fakta. PR harus bisa memposisikan diri dan menurut ia PR tidak boleh berdiri diatas wilayah yang abu – abu ketika klien terkena masalah. PR harus bisa menjalankan tugas dan fungsi PR dimana dapat membentuk situasi untuk klien bisa menjalankan fungsi PR dengan baik dan sesuai dengan objektif klien. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo aku karena kita di inhouse jadi bener bener semuanya, semuanya dalam artian segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan itu semua kan harus ada komunikasi kepada user sekecil apapun itu dampaknya. kedua kalo ada perilsan produk berarti kita yang siapin strateginya, mulai dari nanti kita sudah siapin bikin usernya, bikin launchingnya akan seperti apa kemudian apa saja produknya pokoknya strateginya yang bener end to end jadi dari awal bikin strateginya. Kalo kita mau bikin presscon itu iya juga, iya di kita juga jadi kira kira apa saja key message nya apa yang mau di highlight itu nanti kita yang siapin kita akan kontak juga dengan tim agency kalo memang ya tergantung dengan skala nya ya sebesar apa kita akan

kontekan dengan tim agency untuk bikin brief nya seperti apa, kita butuh konferens nya sebesar apa, berapa banyak media yang mau kita undang, nah begitu nanti seluruh prosesnya kita siapin bersama dengan tim agency gitu misalnya mereka butuh apa talking points lah nanti kita siapin talking points, misalnya butuh foto foto dari seelevel kita akan menjadi narasumber adalah pelopor misalnya kita siapin fotonya untuk desain segala macam dan undangan biasanya dari tim agency, kemudian itu kalo konfrens apalagi ya kalo mau bikin event biasanya kalo mau bikin event itu dari tim PR akan siapin konsepnya seperti apa nterus annti kita akan reaching out ke agency baik itu agency vendor akay venue misalnya yang stage terus abis itu kita bikinin campaignnya juga kemudian bikinin user juga key message nya apa, komunikasi yang mau disampaikan seperti apaa begitu. kita siapin juga merchandise merchandise nya gitu. nah kalo mediakit itu untuk media yang dateng” (I-3)

Informan 3 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR di perusahaan inhouse ini dimana seorang PR harus bisa mengerjakan semuanya, seperti jika ada kendala bisa komunikasi kepada user sekecil apapun dampaknya. Lalu juga tugas PR ketika ada perilisn produk dan pressconference sebagai PR harus menyiapkan strateginya, tentukan key message yang ingin di highlight, jika skala acaranya besar maka harus berkomunikasi dengan tim agency yang akan membantu hal tersebut. Ketika membuat acara sebagai PR harus membuat strategi yang end to end untuk strategi, key message, talking points, komunikasi yang ingin disampaikan, merchandise untuk media dan pengunjung. Informan 3 menjelaskan bahwa seorang PR harus bisa bekerja dengan ekstra karena tentunya akan banyak sekali pekerjaan yang akan dikerjakan oleh PR. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“jadi di subkordinator penyelenggaraan diseminasi informasi dan kemitraan komunikasi publik ini ada dua pekerjaan utama yang pertama itu adalah mengolah konten dan merencanakan untuk ke media komunikasi publik terkait semua program yang dilakukan oleh pemerintah kota tangerang selatan lalu dikemas dalam bentuk berita maupun infografis ataupun video berita dan dipublikasikan melalui media sosial seperti instagram humaskotatansel maupun juga di kanal pemerintah kota tangerang selatan dan juga di website berita.tangerangselatan satu pekerjaannya lagi adalah mengelola hubungan relasi dengan media massa itu baik media massa cetak, media massa elektronik gitu. Kemudian dan juga dengan media online gitu baik media online seperti tribun, detik.com dan lain lain kemudian media online tangselpost. biasanya tugas dan fungsi subkoor di PDIKPP. Jadi ya bikin release juga artikel juga gitu sih.” (I-4)

Informan 4 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR di Pemerintahan ada dua pekerjaan utama yaitu mengolah konten dan merancang untuk di publish ke media komunikasi publik yang berkaitan dengan seluruh program yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan yang hal tersebut dikemas dalam bentuk berita artikel, infografis, maupun video berita yang akan di publikasikan di media sosial instagram humaskotatansel, kanal pemerintah kota tangerang selatan dan website berita.tangerangselatan. Lalu informan menjelaskan tugas keduanya sebagai PR yaitu berhubungan dengan media online dan media cetak. Media online biasanya seperti tribun, detik.com dan lain – lain untuk publish release dan artikel yang sudah dibuat. Selain menjelaskan tugas dan fungsi yang dikerjakan sebagai praktisi PR. Keempat informan dapat menjelaskan strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm strategi sebenarnya sih standar ya emm kita drafting pressrelease terus kita distribusiin ke teman teman media lalu hmm kita sebar rilis itu namun sudah disetujui oleh hmm narasumber yang dikutip yang jadi informan, atau memberikan statement dalam memberikan pressrelase tersebut. Lalu mungkin kita

koordinasi sedikit lah dengan teman teman media terus regulation untuk menerbitkan pressrelease as artikel itu seperti apa biasanya begitu sih kalo untuk penyebaran informasi kepada media.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media dengan strategi yang standar, yaitu dengan melakukan drafting pada pressrelease yang sudah dibuat lalu di distribusikan ke teman – teman media untuk penyebaran release tersebut namun sebelum itu dilakukan tentunya harus sudah ada persetujuan dari pihak narasumber atau informan yang memberikan statement dalam pressrelease tersebut. Setelah mendapatkan izin dari narasumber, praktisi PR bisa berkoordinasi sedikit dengan teman – teman media mengenai regulasi untuk penerbitan pressrelease itu seperti apa. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“sebelum informasi itu disebar ke publik informasi itu harus banget akurat dan valid, kita gaboleh yang namanya merekayasa data, terus kita juga harus komunikatif juga sih ya banget, kita harus memahami lah referensi audiens kita tuh gimana sih supaya kita tuh tahu channel channel nya nanti yang digunain saluran komunikasinya itu maunya apa, pesan yang diangkat, isu yang dibawa itu. jadi bener bener kalo di PR strategi nya itu ya kita mempermainkan isu begitu loh. konsep komunikasi kan SMCR yang source message channel receiver kan nah itu tuh 4 konsep itu tuh sangat sangat kita aplikasikan gitu loh dalam kita merumuskan strategi untuk berkomunikasi dengan publik kita gitu loh” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media dimana sebagai seorang PR harus memastikan informasi yang disebar ke publik itu merupakan informasi yang akurat dan valid, sebagai PR tidak boleh merekayasa data dan harus komunikatif sehingga bisa memahami referensi audiensnya bagaimana. Setelah itu bisa memilih channel atau media yang nanti mau digunakan untuk penyebaran informasi nya itu saluran komunikasi nya mau seperti apa. Informan 2 menerapkan konsep komunikasi SCMR untuk mengelola dan menyebarkan informasi ke publik. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“strategi nya sudah pasti kita communicate all the key, kita communicate the key message lewat channel channel komunikasi kita jadi komunikasi komunikasi itu bisa lewat sosial media misalnya kita punya di crypto di sheetmask itu kita punya telegram kita punya instagram punya twitter, tiktok, facebook, dan itu kita komunikasikan semua di sosial media itu. kemudian untuk beberapa hal yang misalnya penting yang memang kaya launching atau finding nah itu kalo memang dibutuhkan kita pakai media jadi kita bisa kirim rilis pers.” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media yaitu dengan berkomunikasi. Informan 3 mengatakan bahwa communicate all the key, dimana bisa berkomunikasi mengenai key message melalui channel – channel komunikasi yang sudah disiapkan seperti sosial media, contohnya telegram, instagram, twitter, tiktok dan facebook. Lalu jika ada beberapa hal yang penting dapat melakukan launching sehingga membutuhkan media untuk bisa mengirimkan pressrelease. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“hmm strateginya ya, strateginya memang biasanya hmm berita berita yang butuh dikemas itu kan misalnya kemarin kita ada dari walikota dan wakil walikota itu kesulitan untuk pembangunan, lalu ada pengamatan informasi bahwa pemerintah kota tangerang selatan ini meliput beberapa penyalahgunaan fungsi di lingkup wilayah tangerang selatan, lalu juga ada pembangunan beberapa sekolah untuk sd negeri dan smp, dan juga pembangunan seperti bedah rumah gitu jadi bedah rumah itu rumah yang tidak layak huni menjadi layak

huni, dan juga pembangunan septictank yang berfungsi sebagai sanitasi buat masyarakat jadi dari program yang itu nah biasanya kita ada pemilihan pemilihan tayangan kaya apa saja kecapaian kecapaian pembangunan dan juga prestasi penghargaan yang di terima kota tangerang selatan nah itu diliput dan biasanya untuk berita nasional. Ya pokoknya yang bersifat nasional itu kita sebar kan lagi lewat media media massa nasional begitu kemudian kalo yang reguler reguler seperti biasanya mah itu kita ke birokrasi, berita berita yang informasif gitu. Berita berita yang masif begitu biasanya. Kurang lebihnya gitu sih mel strategi buat menyebarkan informasi, yaa buat berita tapi kita kemas lagi supaya informatif” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media yaitu berita – berita yang sudah ada butuh dikemas, informan 3 memberikan contoh bahwa adanya kesulitan pembangunan dari walikota dan wakil walikota, lalu ada penyalahgunaan fungsi di lingkup wilayah tangerang selatan, program bedah rumah dan pembangunan septictank. Dari program tersebut tim PR pemerintahan melakukan pemilihan terkait tayangan seperti apa saja untuk membahas mengenai kecapaian pembangunan dan juga prestasi penghargaan yang diterima oleh Kota Tangerang Selatan. Tim PR pemerintahan juga harus bisa memilih media mana yang harus digunakan, jika berita yang ingin disebarkan bersifat nasional maka disebarkan melalui media massa nasional. Lalu jika media yang disebarkan bersifat reguler maka akan di birokrasi. Jika berita yang bersifat regular akan disebarkan melalui media sosial namun seorang PR harus bisa kemas kembali berita tersebut agar lebih informatif. Selain dapat menjelaskan strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media. Keempat informan dapat menjelaskan ketika mereka menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif Public Relations. Berikut penjelasan informan 1 :

“untuk nanganin sesuatu yang cepet butuh respons itu adalah dengan standby ya, standby dan kita juga punya tim PR yang ngajak dan kita bekerja sama yang baik antar tim jadinya kalo ada koordinasi yang membutuhkan apapun itu related to PR hm cepet realtime entah itu informasi entah itu koordinasi, kerja sama susun rilis hmm ngonsepin media gathering atau presscon atau apapun itu yang urgent kita sudah bisa ready to go” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai praktisi public relations harus selalu standby. Tentunya ketika ada situasi yang sensitif dan urgent tim PR harus saling bekerja sama yang baik antar tim sehingga jika membutuhkan penanganan apapun bisa related to PR dan ditangani dengan cepat. Tim PR juga harus dengan cepat kerja sama untuk susun rilis atau narasi agar bisa menjelaskan hal apapun yang memang urgent untuk perusahaan. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“misalnya ini kaya balik lagi ya misalnya yang mau kita amplifikasi isu tentang sertifikasi halal gitu yaa, eee maksudnya disini kan mungkin beberapa kaum non muslim gitu teman teman kita dari kalangan non muslim tuh tidak terlalu mendalami lah tentang sertifikasi halal karena mereka kan juga dari kalangan non muslim yang maksudnya kaya tidak aware dengan hal itu jadi kita tuh harus bisa si menurut aku kita harus bisa membangun narasi narasi yang lebih umum yang lebih awam tapiii tetap ada esensi nya tetap memenuhi nilai berita tetap memenuhi konteks konteks yang kita ingin sampaikan gitu loh” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai PR harus bisa membuat narasi yang lebih umum namun tetap ada esensi dan memenuhi nilai berita yang memang mencakup konteks – konteks yang ingin tim PR sampaikan agar selesai. Informan 2 memberikan contoh mengenai isu sertifikasi halal yang dimana beberapa kaum

nonmuslim tidak terlalu mendalami dan aware mengenai isu tersebut. Sehingga sebagai PR harus mencari cara bagaimana bisa menyelesaikan isu tersebut dengan menggunakan media. Sama seperti informan 3.

“krisis pendekatannya berbeda pendekatannya sama yang kaya aku bilang tadi tergantung krisisnya ini level nya seperti apa kalo memang level nya sesensitif itu ya berarti memang kita harus standby apa saja misalnya pertanyaan dari user kita, kita harus scroling dulu dan kumpulin dulu semuanya, kemudian kita bisa jawab berdasarkan effectkey yang sudah kita siapkan atau berdasarkan informasi baru yang kita dapat dari tim. kita harus obrolin dulu dengan tim gitu, jadi kaya aku bilang tadi dalam PR itu tidak pernah ada yang namanya one rules for all tapi yang terjadi adalah selalu setiap kali ada kasus apapun krisis apapun nah itu semua levelnya sama, kita selesaikan dulu di tim PR sesuai dengan efekey dan brief yang sudah ada yang eksisting kalo misalnya gak bisa baru kita eskalasi ke head atau manager kita tidak bisa terjawab lagi, kita eskalasi ke atasan nya lagi gitu, dan segala sesuatu yang dilakukan respon respon kita harus di review oleh tim leader dan tim complain dan public policy. Untuk menghindari terjadinya miskonsepsi, mispersepsi atau kesalahan di dalam kata sesuai dengan regulasi maupun undang undang yang ada yang berlaku di Indonesia gitu” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai PR standby. Informan 3 menjelaskan bahwa hal tersebut dapat dilihat dari level seperti apa krisis yang terjadi jika memang sangat urgent maka PR harus standby dan siapkan jawaban untuk menjawab pertanyaan publik. Ketika menangani situasi yang sensitif tentunya harus berkomunikasi terlebih dahulu dengan tim agar sesuai dengan brief yang ada untuk menyelesaikan permasalahan, namun jika tim PR masih belum bisa menyelesaikan masalah tersebut. Maka tim PR harus eskalasi ke head atau manager. Karena hal tersebut bertujuan untuk menghindari miskonsepsi atau kesalahan sesuai dengan regulasi undang undang yang berlaku di Indonesia. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“ nah mungkin dari kepala pimpinan atau kepala support begitu ya itu langsung ayo kita riset dan cari tahu untuk berita ini kira kira apa yang perlu dilakukan gitu. Kita semuanya diskusi gitu, biasanya dari pimpinan dulu sih yang mulai kasih saran mengenai kasus itu jadi ya kita komunikasi tim dulu dan merespons membantu untuk meluruskan permasalahan tersebut” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai PR Pemerintahan biasanya dengan kepala pimpinan melakukan riset untuk mencari tahu mengenai isu tersebut. Lalu tim PR berdiskusi untuk membahas langkah apa yang perlu dilakukan. Di PR Pemerintahan biasanya pimpinan yang terlebih dahulu yang memberikan saran untuk menghadapi kasus tersebut, lalu PR berdiskusi dan membantu untuk meluruskan permasalahan yang ada. Selain menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat. Keempat informan ini dapat menjelaskan keterlibatannya dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers lalu dapat menjelaskan peran informan dalam melakukan hal tersebut. Berikut penjelasan informan 1 :

“iyaa, terlibat tentunya karena sebagai praktisi PR kita itu harus bisa handle bahkan mengorganisir pressconfrenc tapi mungkin yang beda adalah beban pekerja dan segi tanggung jawab nya ya dari awal aku dari PR officer itu pressconfren yang aku kerjakan memang one man standing jadi hmm di desain sendiri tapi dari segi skala pun itu beda. Lalu kalo semakin naik tingkat jabatannya biasanya itu lebih banyak di supervisi jadi kita lebih bisa ke sign man power atau teman teman PIC dari grup divisi lain untuk membantu berkontribusi dan ibaratnya menyukseskan acara pressconference atau media gathering yang dibuat begitu.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers, ia mengatakan bahwa sebagai praktisi PR harus bisa handle dan mengorganisir pressconference. Informan 1 merasakan ada perbedaan beban kerja dan segi tanggung jawab dimana informan 1 awalnya dari PR Officer yang tugas nya one man standing yaitu desain sendiri dan skala pekerjaannya beda. Lalu jika semakin naik jabatannya biasanya lebih banyak di supervisi sehingga bisa meminta teman teman PIC dari grup atau divisi lain untuk membantu menyukseskan acara pressconference. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“iyaa, kalo dibilang terlibat sih memang terlibat sih karena memang aku yang handle proyek ini dari hulu ke hilir nya jadi kalo misalnya program program presscon tuh biasanya ada dua kickoff sama final, kickoff itu untuk kita memperkenalkan dulu dan kalo misal program sudah berjalan tahunan sudah anuall begitu ya pas kita tuh buat kita ngeremind lagi saja sih bahwa kita mau hadir lagi program ini buat tahun ini gitu loh. presscon itu juga gak melulu tentang kita mau mengenalkan produk, mau mengenalkan brand, mau mengenalkan perusahaan, mau mengenalkan program itu engga presscon itu tuh balik lagi ke kebutuhan klien kita. memperbaiki reputasi, itu tuh butuh juga kan presscon, mau klarifikasi, jadi kaya apa namanya balik lagi ke kebutuhan klien itu tuh maunya apa gitu loh, peran aku ya lebih ke kaya kita penyusunan narasi sih jadi kaya supaya kita bisa menjawab tuduhan tuduhan menjawab pertanyaan pertanyaan dari publik itu tuh kita menyusun narasinya seperti apa sih kan kita mau menggaet minat publik buat supaya aware sama event kita buat supaya partisipasi sama event kita itu narasi yang harus dibangun seperti apa gitu loh oh narasi tentang benefit dan membuat talking points. terus kemudiann menyerahkan yaa souvenir gitu ya namanya presskit, mediakit” (1-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers, ia mengatakan bahwa ia yang handle proyek ini dari hulu ke hilir. Pendapat informan 2 bahwa presscon ini biasanya ada dua yaitu kickoff dan final. Kick off ini tujuannya memperkenalkan dulu dan jika memang sudah berjalan tujuannya untuk mengingatkan publik. Presscon itu bukan berarti mengenai launching produk atau perusahaan, presscon bisa diadakan sesuai kebutuhan klien seperti memperbaiki reputasi. Peran informan 2 adalah penyusunan narasi untuk bisa menjawab tuduhan tuduhan dan menjawab pertanyaan dari publik. Menyusun narasinya pun harus bisa menarik minat publik agar aware dan ikut berpartisipasi sama event yang berjalan. Lalu juga informan 2 membuat talking points dan menyerahkan souvenir seperti presskit dan mediakit. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo untuk acara itu biasanya end to end, kalo terlibat pernah juga kalo untuk konferensi pers. perannya seperti apa perannya itu end to end dari awal kita bikin kita inisial meeting dulu kita kira mau bikin konsep seperti apa, apa objektifnya dari event ini kemudian kira kira journey nya akan seperti apa, kemudian budget nya berapa kaya gitu loh abis itu nanti kira kira apa saja kebutuhannya siapa saja stakeholders nya yang harus dilibatkan dalam proses itu terus juga misalnya sudah ini sudah rampung ini strategi nya seperti apa keymessage nya apa, objektifnya apa, siapa yang ada disana, nah kemudian kita akan brief semua pihak pihak yang terlibat misalnya vendor set up oh kita mau bikin venue seperti ini, budgetnya sekian, tanggal sekian, kita nanti bakal ngecekin yaa kita akan ngecek ketika mereka loading, mereka set up sampe booth nya jadi nanti kita di event juga lihat ini kira kira berjalan dengan baik atau tidak, apa kekurangannya, apa objektifnya tercapai gitu loh, nah nanti kalo misalnya sudah selesai event nya baru kita bikin reportnya ohh kemarin dapetnya segini, objektif kita yang seperti ini ternyata tercapai sekian persen misalnya terus habis itu kita bikin reportnya berupa foto atau berupa video oh ini seperti ini, nanti kita akan kontekan juga dengan tim agency yang biasanya kita minta bantu untuk inviting media gitu jadi kita siapin

dari sisi inhouse tim agency akan siapin dari sisi outhouse nya jadi mereka yang invite. pemberian mediakit, pemberian rilis pers” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers, ia mengatakan bahwa peran ia end to end. Informan 3 menjelaskan peran nya sebagai PR yang merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers diawal itu akan melakukan meeting membahas konsep nya seperti apa, objektifnya apa, dari acara ini journarynya akan seperti apa, lalu membahas mengenai budget nya berapa, key messagenya apa, siapa yang disana, stakeholders nya siapa yang harus dilibatkan, apakah mau menggunakan vendor. Kalo dari hasil meeting tersebut sudah sesuai dan rampung maka akan melakukan brief dengan tim dan pihak – pihak yang terlibat. Setelah itu di hari H acara, PR akan datang untuk membantu dan melihat apakah berjalan dengan baik atau tidak,memberikan media kit. PR harus bisa melakukan riset apakah kekurangannya, apakah objektifnya tercapai. Setelah acara selesai tentunya PR akan mengecek hasil report yang dihasilkan. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“hmm ohh iya itu kalo konferensi pers untuk pemerintah daerah itu sangat jarang ya biasanya ee langsung turun saja ke lapangan. biasanya kalo konpers kan meja gitu di tata terus depan depan nya media media kan nah kalo kita engga seperti ituu sifatnya gak seperti ituu eee konpers itu paling setahun bisa kaya sekali dua kali ya. Cuman untuk mobilisasi media massa itu biasanya dari kita memang, kita mengundang media massa khusus untuk tangerang selatan. paling ya itu tergantung dengan apa ya yang punya hajat lah. Jadi dispora yang ngadain konfrensi pers nya dari tim PR paling membantu mobilisasi untuk media massa nya saja gituu sih.” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan konferensi pers, namun sebagai PR di pemerintahan ketika melaksanakan konferensi pers tidak terlalu end to end. Informan 4 menjelaskan bahwa konferensi pers di pemerintah daerah itu sangat jarang dilakukan karena biasanya langsung turun ke lapangan. Untuk konferensi pers yang berkumpul bersama di meja dan di depannya ada media itu biasanya dilaksanakan setahun bisa 1 sampai 2 kali saja. Peran informan 4 dalam melaksankana ini adalah membantu mobilisasi media massa, yaitu dengan mengundang media massa khusus tangerang selatan untuk hadir di konferensi pers nya. Selain berperan dalam merencanakan dan melaksanakan konferensi pers. Keempat informan menjelaskan cara mereka memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo untuk bangun reputasi pastinya kita harus tahu dulu, pahami dulu karakter hmm dan juga USP dari masing – masing brand atau klien atau company yang kita representasikan atau kita lagi handle begitu, setelah itu bisa explore angkat value value yang mungkin banyak orang belum tahu dan kita pastinya hmm harus membuat image image yang positif, pemberitaan pemberitaan dan publikasi yang positif untuk terus mimpin image positif dari company yang kita handle.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR itu tentunya harus tahu dan paham terlebih dahulu mengenai USP dari masing – masing klien atau perusahaan yang sedang direpresentasikan atau handle. Setelah informan 1 tahu dan mengetahui USP tersebut baru dapat mengeksplore untuk mengangkat value – value yang mungkin mash banyak orang belum tahu. Tentunya menjadi PR harus bisa membuat image, pemberitaan dan publikasi yang positif sehingga akan terus menunjukkan image positif dari perusahaan atau klien yang di handle. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

"Iya yang pasti sih hmm apa ya kita juga harus liat dan menganalisis dulu situasinya ya kita harus pandai pandai melihat situasi gitu kan, tapi kalo untuk caranya itu biasanya ada beberapa tahapan sih gitu kan kalo yang pertama itu mungkin kita identifikasi dulu kira kira hal apa atau situasi apa yang bisa atau permasalahan permasalahan apa yang dengan perusahaan aku hadir itu bisa menjawab permasalahan itu. jadi mungkin aku dan tim bisa menjawab permasalahan itu dengan program program media selain untuk menjalankan tanggung jawab sosial dia ya sebagai perusahaan ya dia juga bisa mendapatkan feedback berupa citra yang baik begitu loh berupa empati dari masyarakat, penerimaan dari masyarakat, jadi bisa kita lihat dulu sih permasalahan apa sih yang pemerintah itu gak bisa secara efektif menuntaskan nah disitu peran PR adalah mengisi kekosongan yang gak bisa di selesaikan sama pemerintah, atau pemerintah bisa cuman kurang bisa efektif atau kurang oke atau kurang strategis program nya jadi dibantu itu sama kita sebagai PR" (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR itu tentunya harus melihat dan menganalisis dulu situasinya. Sebagai PR harus pandai untuk melihat situasi. Informan 2 menjelaskan beberapa tahapan yang biasa ia lakukan, yang pertama yaitu mengidentifikasi dulu terkait situasi dan permasalahan apa yang dengan adanya perusahaan ia hadir bisa menjawab permasalahan tersebut. Jadi informan 2 sebagai PR dan tim nya dapat menjawab permasalahan yang ada dengan program – program media selain untuk menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan juga bisa mendapatkan feedback berupa citra yang baik berupa empati dari masyarakat, penerimaan dari masyarakat karena sudah bisa menyelesaikan permasalahan yang pemerintah tidak bisa selesaikan. Pada intinya informan 2 memberikan contoh permasalahan yang pemerintah tidak bisa secara efektif menuntaskannya nah dari hal tersebut peran PR untuk mengisi kekosongan yang tidak bisa diselesaikan oleh pemerintah atau pemerintah bisa selesaikan namun kurang bisa efektif atau kurang strategis program nya jadi dapat dibantu dengan tim PR. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

"kalo memelihara citra baik itu kan yang pertama harus sesuai dengan regulasi yang ada, itu yang paling penting karena citra yang baik itu bukan Cuma di mata user tapi juga di mata pemerintah as a stakeholders kan jadi kita harus sesuai dengan regulasi dan undang undang yang ada tidak menyalahi ketentuan yang berlaku terus juga yang menjalankan peraturan kaya misalnya di Indonesia itu kalo untuk crypto kalo dia sudah terdaftar dia itu harus ada yang namanya sistem know your customer jadi semacam proses verifikasi kalo di perbankan jadi itu harus ada di dalam produk kita, di dalam aplikasi kita, kalo untuk citra baik itu ya kita biasanya harus menyampaikan informasi yang sesuai ya produk kita itu gaboleh kita over promise, jadi kita ngasih tahu semuanya mekanisme nya seperti apa, syarat dan ketentuan nya apa jadi kita harus jelasin itu jadi ya masalah dibaca atau engga sama user kan itu satu hal yang lain ya atau dari kita kita sudah memberikan informasi informasi yang terkait gitu. Dan tidak mengeluarkan statemen statement bersentimen negatif kaya begitu sih sebenarnya" (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR yaitu harus sesuai dengan regulasi yang ada. Karena sebagai PR inhouse perusahaan Crypto yang paling penting citra baik itu bukan di mata user saja tetapi juga di mata pemerintah sebagai stakeholders. Jadi sebagai PR harus sesuai dengan regulasi dan undang – undang serta tidak menyalahi ketentuan yang berlaku dan menjalankan peraturan yang ada di Indonesia. Informan 3 menjelaskan sistem regulasi Crypto yang memang sudah sesuai undang – undang mulai dari mekanismenya, syaratnya, proses verifikasinya. Informan 3 juga berpendapat bahwa harus bisa menyampaikan informasi yang sesuai dengan produk kita jadi tidak boleh over promise mengenai mekanisme serta syarat dan ketentuan meskipun banyak user yang kadang tidak

membaca, namun itu tetap harus dilakukan oleh PR yaitu memberikan informasi yang terkait dan tidak mengeluarkan statement bersentimen negatif. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“jadi kami bersama tim membentuk citra positif mengenai humas tangsel itu melalui media sosial begitu ya melalui ig humas kota tangsel ituu dari tim memang sebisa mungkin lah mengemas pesan atau postingan itu semenarik mungkin. Ya bahkan tadnya kan cuman sebelum 2021 masih bentuk foto ada berapa slide kemudian dibawahnya berita kita begitu berita rilisnya nah kalo sekarang sudah mulai dikemas berbeda gituu dibuat dengan berita video sekarang kan orang orang suka reels gituu kan karena males baca lebih suka melihat video begitu kan. ya paling citra positif nya di media sosial saja sih mengenai postingan postingan dan kalo di terpa isu negatif itu biasanya tergantung masyarakat dan untuk isu negatif yang besar nya sih engga ya gak pernah, yang saya tahu kan dari teman teman daerah lain begitu tanggerang selatan itu sebagai kota yang maju gituu. Citra baik nya juga kita bikin program program yang membuat masyarakat kagum atau mendapat pandangan positif gituu. kan yang saya tahu gituu pandangan orang orang” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR di pemerintahan adalah melalui media sosial. Melalui instagram humastangsel dapat membentuk citra positif masyarakat. Tim PR humastangsel melakukan perubahan dalam pengemasan pesan yang sekarang dibuat lebih menarik dari sebelumnya. postingan yang ada di humastangsel pada 2021 masih berbentuk foto beberapa slide kemudian ada teks artikel berita tersebut di caption, namun sebagai PR mencoba mengubah hal tersebut agar lebih menarik dengan membuat berita video. Karena menurut informan 4 saat ini banyak masyarakat yang malas untuk membaca jadi lebih tertarik ketika melihat video. Jadi cara memelihara citra positif yaitu melalui media sosial mengenai postingan – postingan tersebut. HumasTangsel juga belum pernah diterpa isu negatif yang sangat besar, karena menurut teman – teman dari informan 4 bahwa tangerang selatan merupakan kota yang maju. Tidak hanya melalui media sosial saja, namun dengan membuat program – program pemerintahan yang membuat masyarakat kagum sehingga bisa mendapatkan pandangan yang positif. Selain memelihara citra baik perusahaan atau klien. Keempat informan dapat menjelaskan mengenai persaingan yang terjadi di PR dan bagaimana mereka mengelola atau mengatasi persaingan tersebut. Berikut penjelasan informan 1 :

“persaingan sih menurutku, hmm gatau ya aku jarang menganggap praktisi pr lain itu sebagai saingan karena di dunia yang semakin advance yang makin butuh profesi PR justru lebih menguntungkan bagi kedua belah pihak kalo hmm kalo para praktisi PR ini itu berjaring atau netmarketing karena banyak banget informasi yang bisa di share buat di praktekin yang mungkin kita gak bisa dapetin saat kuliah. kita gak bisa dapet kalo kita ga sharing dan berjaring sama teman teman praktisi PR begitu jadi menurutku aku gak pernah nganggap praktisi PR yang lain itu saingan atau kompetisi begitu ya hmm saingan, melainkan aku belajar banyak sih dari mereka untuk bisa ngedvelop PR yang lebih baik lagi” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa ia tidak menganggap praktisi PR lainnya sebagai saingan justru akan lebih menguntungkan kedua belah pihak kalau sesama praktisi PR saling berhubungan dan berkomunikasi agar menambah informasi yang bisa dibagikan dan di praktekan yang tidak bisa didapatkan saat dibangku kuliah. Oleh karena itu informan 1 tidak menganggap adanya saingan dalam praktisi PR, melainkan banyak belajar dengan praktisi PR untuk bisa menjadi PR yang lebih baik lagi. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“kalo persaingan antar brand atau antar pelaku pelaku praktisi praktisi PR atau agency ituu udahh engga ini sih engga apa namanya ga kompetitif sih karena malah kita saling kolaborasi gituu loh, karena kita

tergabung dalam APRI kan jadi kita malah saling support saling membantu jadi sudah kaya gada rebutan rebutan klien itu itu sebenarnya sudah sangat jarang ditemukan sih karena sudah ada spesialisasinya masing – masing, kalo misalnya kantor aku itu tuh spesialisasinya tuh kalo boleh cerita dikit itu kita di media relations kemudian di manajemen krisis juga kemudian di sosial media manajemen, event begitu sih, jadi udahh punya spesialisasi nya masing – masing jadinya gak ada persaingan gituu” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa ia tidak menganggap praktisi PR lainnya sebagai saingan karena saling berkolaborasi dengan praktisi PR lainnya dan sudah tergabung di APRI yang membuat sesama praktisi PR saling support dan membantu. Berbeda dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“oke kalo terkait persaingan menurut ku ga cuman di dunia PR ya, all company pasti juga ada persaingan misalnya naik jabatan dan sebagai macem itu sebenarnya di semua perusahaan ada, persaingan bisnis, antara satu bisnis dengan bisnis lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk mendapatkan kolaborasi dengan produk atau misalnya dengan brand lain atau dengan perusahaan lain juga itu pasti ada, kalo secara internal menurutku itu semua kembali kepada individu masing – masing si sebenarnya, karena kita gak bisa bilang bagaimana cara mengatasi itu menurut ku itu gak bisa diatasi, itu kalo dari sisi PR gak bisa diatasi. Karena PR itu we communicate the key message form the company to be outside, ke publik begitu kan jadi bukan internal nya gituu yang bisa mengatasi permasalahan di internal mengenai konflik itu” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa persaingan akan selalu ada di setiap perusahaan, persaingan mengenai kenaikan jabatan, persaingan bisnis dengan bisnis lain, perusahaan dengan perusahaan lain. lalu untuk mengatasinya tentunya kembali ke individu masing – masing karena persaingan itu tidak bisa diatasi. Sama dengan informan 1 dan informan 2. Berikut penjelasan informan 4 :

“kalo persaingan dengan pemerintah lain ya gak ada sih sebenarnya, karena punya penilaian masing masing justru malah nganggap nya bukan persaingan kecuali memang biasanya kan kalo PR PR atau humas humas itu ada namanya APRI atau ikatan humas pemerintah begitu nah paling dari situ suka ada lomba lomba pembuatan konten atau pembuatan artikel artikel dari situ sih baru persaingan, lomba lomba gituu. Jadi kalo untuk mengatasi persaingan ya sebenarnya tergantung penilaian masing masing menganggap hal tersebut persaingan atau bukan begitu, kalo perlombaan ya paling persaingannya kaya begitu saja kalo persaingan setiap hari nya sih engga malah kita kaya jalanin saja, malah PR kota tangsel ini seringkali gituu liat konten konten media sosial pemerintahan lain gituu, yang dirasa menarik akan kita lakukan amati, kemudian tiru, terus modifikasi” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa persaingan dengan pemerintah lain tidak ada, karena setiap masyarakat punya penilaian nya masing – masing. PR di pemerintahan juga tergabung dalam APRI atau ikatan humas sehingga tidak adanya persaingan kecuali dalam perlombaan ssaja tidak dalam kehidupan sehari - hari. Informan 4 berpendapat bahwa untuk mengatasi persaingan tergantung penilaian masing – masing. Informan 4 justru malah melihat konten dari media sosial lain yang dirasa menarik dan akan dilakukan amati, tiru dan modifikasi. Selain menjelaskan mengenai persaingan. Keempat informan dapat menjelaskan ketika mereka menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam public relations. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm ini itu agak tricky karena kadang kadang kita sebagai PR itu pasti punya prinsip yang kita pegang teguh tapi mungkin berseberangan atau berlawanan dengan apa yang kita representasikan seperti company, institusi, brand dan lainnya. Kalo menurut aku sendiri kalo untuk handling case case seperti ini kita

harus bisa mendefined terlebih dahulu dan dari diri kita sendiri itu sudah bisa tahu mana yang jadi prioritas kita mana yang bisa kita dahulukan nilai nilai idealitas kita atau kepentingan perusahaan begitu, mana yang lebih besar manfaatnya kalau misalkan kita implementasikan buat bareng – bareng buat publikasi yang positif buat generate reputasi yang lebih baik lagi mana yang lebih bisa didahulukan cuman kebanyakan biasanya aku adjusting jadi hmm gak terlalu idealis melainkan cari pemikiran dan prinsip yang lebih rasional yang sesuai dengan keadaan saat itu.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa ketika PR menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis ini tentunya merupakan hal yang tricky. Setiap PR pastinya memiliki prinsip yang di pegang teguh namun terkadang bersebrangan atau berlawanan dengan yang direpresentasikan. Menurut informan 1 cara menghandle nya adalah dengan harus bisa mendefined diri sendiri terlebih dahulu, harus mengetahui mana yang lebih prioritas nilai – nilai idealitas atau kepentingan perusahaan dan juga harus tahu mana yang lebih besar manfaatnya. Setelah itu baru mengimplementasikan untuk publikasi hal yang positif agar mendapatkan reputasi yang lebih baik lagi. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“menurut aku yang penting kita balik lagi harus kembali ke etika ya. kita tahu lah kalo kita itu terikat dengan kode etik gitu loh walaupun sebenarnya dalam beberapa hal kadang kadang kode etik itu kita bisa tetap taat tetap patuh sama kode etik cuman kita juga harus tetap memperhatikan kebutuhan klien dan situasi yang ada gitu cuman kembali kita ke kode etik sih misalnya kaya kita harus jujur dalam menyampaikan informasi gitu itu itu sudah paling penting kita gak boleh memperparah konflik dengan untuk mengambil keuntungan sendiri begitu loh untuk supaya kita agency kita dipandang agency yang berhasil menangani krisis atau menangani pemberitaan strategis komunikasi yang baik kita itu tidak mengabaikan nilai nilai moral norma norma umum, kita juga harus memperhatikan banget yang namanya etika adab budaya tuh sangat jadi landasan kita sih dalam merumuskan setiap program program” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa ketika PR mneghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis tentunya seorang PR harus mengutamakan etika karena terikat dengan kode etik. Walaupun kadang melanggar yang ada di kode etik karena sebagai seorang PR juga harus memperhatikan kebutuhan klien dan situasi yang ada cuman kembali lagi ke kode etik dimana seorang PR harus jujur dalam menyampaikan informasi dan tidak boleh memperparah konflik dengan mengambil keuntungan sendiri agar dipandang agency yang berhasil dalam menangani isu. PR harus selalu memperhatikan etika, adab dan budaya karena itu merupakan landasan dalam merumuskan setiap program – program. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 3 :

“aku bukan anak ilmu komunikasi jadi sebagai praktisi PR aku itu learning by doing, kalo di dalam kode etik PR jujur aku gak tahu kode etik PR itu bagaimana, jadi aku gatau apa namanya kode etik PR seperti apa kalo dalam teori nya gitu ya tapi yang bisa aku tawarkan adalah selama aku menjalani PR itu ya kita tidak user blowing yang pertama jadi misalnya kita bilang A di komunikasi company kita tapi ternyata kita juga misalnya lets say bikin akun lagi yang lain untuk cepu ya jangan lah tidak boleh lah yakan atau misalnya kita cepu ke company lain ya gak boleh dong begitu kan, terus as a PR ya we have to kita harus selalu berusaha untuk menyampaikan key message kita sih yang menciptakan citra baik dari company kita gitu dan apa namanya aku juga belum pernah sih sampe kaya berada di kondisi yang menyalahi etik begitu yaa company nya jadi kayanya aku gak bisa komen banyak deh soal ini.” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa ia tidak mengetahui mengenai kode etik PR karena bukan dari lulusan Ilmu Komunikasi atau PR. Selama bekerja di PR, informan 3 learning by doing jadi meskipun tidak mengetahui kode etik PR seperti apa dalam teorinya. Ia tetap menjalani tugas sebagai PR dengan baik, selama menjadi PR

ia tidak melakukan kesalahan – kesalahan yang melanggar aturan. Sebagai PR harus bisa menyampaikan keymessage dan menciptakan citra baik di publik. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“hmm menurut saya kalo yang ada kode etik gak cuman PR saja yaa karena setiap profesi itu pasti ada kode etik nya kan dulu saya sebagai jurnalis juga ada kode etiknya harus kode etik itu kan dibuat adalah untuk eee apa ya supaya profesi itu tetap pada jalurnya gitu. kalo di PR kan kode etik PR adalah tentang ya kita memang untuk ngebranding kota begitu ngebranding pemerintah daerah begitu jadi yaa gimanapun menurut saya memang harus mengacu pada kode etik ituu karena kan ini terkait dengan profesi yaa dan memang harus profesional gituu” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa setiap profesi pasti memiliki kode etik. Namun selama di PR Pemerintah, ia menjalankan kode etik nya dan tugasnya dengan baik tanpa melanggar aturan yang ada. kode etik PR pemerintahan adalah untuk ngebranding kota, ngebranding pemerintah jadi ya memang harus mengacu pada kode etik tersebut yang terkait dengan profesi dan harus profesional. Selain menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam pekerjaan PR. Informan 1, 3 dan 4 mengatakan setuju bahwa representasi tugas dan fungsi public relations di serial Race sudah sama dengan kehidupan nyata mereka. Namun informan 2 mengatakan kurang setuju karena ada perbedaan cara mengenai tugas dan fungsi yang di representasikan di serial Race. Tentunya keempat informan juga menjelaskan perbedaan yang dirasakan. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo ini sih aku liat cukup banyak kesamaan ya karena kan hmm sama sama sebagai praktisi PR meski memang kalo di dalam drama bakal di bumbuin hal hal yang lebih ya lebih menarik lah untuk konflik drama itu sendiri dan mungkin perbedaan yang di rasa adalah perbedaan dari segi company culture karena hmm perbedaan culture di korea dan di Indonesia itu dari segi pekerjaan hmm konflik dan segala macam itu gak sama jadi mungkin gak sama jadi mungkin gak terlalu relate disitu tapi so far kalo untuk tugas dan fungsi PR in general serial Race itu sudah cukup merepresentasikan apa yang terjadi di industri PR.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa ia setuju dengan representasi tugas dan fungsi di serial Race karena sesuai dengan di kehidupan nyata informan 1. Meski memang di dalam serial tentunya akan ada drama atau konflik yang terus menerus untuk menarik perhatian penonton. Perbedaan yang di rasa hanya di segi company culture karena tentunya akan ada perbedaan budaya antara Korea dan Indonesia. Namun kalau untuk tugas dan fungsi PR in general yang ada di serial Race ia juga mengerjakan hal yang sama, informan 1 sudah cukup setuju bahwa itu merepresentasikan apa yang terjadi di industri PR. Berbeda dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“ya kaya yang aku bilang tadi, ada perbedaan terletak di faktor budaya ya jadi budaya di Korea mungkin lebih bebas walaupun sama sama asia tapi mereka tuh aku rasa lebih fleksibel lebih bebas dalam menentukan cara cara ngelobby media, ngelobby klien, ngelobby atasan, ngelobby pihak pihak ketiga gitu loh jadi menurutku kalo di Indonesia itu kan kita terikat sama yang namanya norma budaya tatakrama begitu begitu kan nah itu sangat sangat penting lah apalagi di beberapa daerah kaya misalnya di jawa atau di daerah daerah sumatera begitu kan masih sangat memegang erat memegang teguh nilai budaya kan nah itu itu kita perhatikan juga jadi kaya gabisa tuh kaya kita ngelobby media dengan cara cara kaya yang minum minum kaya yang aku bilang tadi” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa ia setuju, namun tidak setuju sepenuhnya dengan representasi tugas dan fungsi di serial Race. Ia mengatakan adanya perbedaan mengenai tugas dan fungsi serial Race dengan

kehidupan nyata informan 2. Perbedaan yang terlihat mulai dari cara ngelobby, lobbying merupakan fungsi dari PR namun cara lobbying di serial Race dengan kehidupan nyata informan 2 berbeda. Sama dengan informan 1. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo itu sih sama ya, jadi memang kita bikin release, kita bikin talking points, kita edit release kita, kita review release kita, kita kerjasama dengan middle complaints dan public policy untuk release, sebelum release kita disebar, kita kerjasama dengan media, kita bikin event terus abis itu kita bikin strategi event, kita undang media ke event kita, kita treat media sebaik mungkin, kita maintain relationship, apalagi ya banyak sih PR itu intinya adalah jembatan antara perusahaan dengan publik” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa ia setuju dengan representasi tugas dan fungsi di serial Race karena sesuai dengan di kehidupan nyata informan 3. Tugas dan fungsi yang sama dirasakan oleh informan 3 adalah membuat talking points, membuat release, kerjasama dengan media dan stakeholders, membuat event dan pressconference. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“hm ya paling kalo kesamaan nya ya gituu mell, yaa bener kalo di race itu kan dia ada kaya ngelakuin tugas mengenai hubungan media dan penempatan media kan yang berhubungan baik dengan media massa maupun media online nah iya itu bener mel, yang di race itu bener ada lah pendekatan dan berhubungan dengan jurnalis itu bener mungkin dengan wartawan gituu, lalu melakukan publisitas ituu melalui media sosial nah itu kan sama ya di serial race ituu kemudian ee riset juga ya tim PR melakukan riset yang sama dengan yang ada di serial, kadang kita sampe turun ke lapangan buat riset, lalu bertemu dengan dinas dinas terkait nah dari yang saya tonton memang mirip tuh menurut saya dengan serial Race, paling ya perbedaannya ya karena itu dia kan di PR Joa itu bentuknya adalah agency yang artinya punya branding nya itu bermacam macam klien gituu kan nah beda beda biasanya, kalo kita kan yang perlu di branding nomor 1 ya itu pemerintah kota tangerang selatan gituu. Beda nya ya disitu saja sih mel” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa ia setuju dengan representasi tugas dan fungsi di serial Race karena sesuai dengan di kehidupan nyata informan 4. Tugas dan fungsinya mengenai hubungan media dan penempatan media, lalu publisitas, riset, dan lain – lain. perbedaan yang dirasa oleh informan 4 ini hanya di jenis perusahaan, di serial Race perusahaan agency sedangkan di kehidupan informan ini PR Pemerintahan. Selain pendapat mengenai representasi tugas dan fungsi PR di Race dengan kehidupan nyata. Keempat informan dapat menjelaskan cara yang tepat untuk mengatasi situasi krisis dan manajemen reputasi, lalu memberikan pendapat apakah cara yang dilakukan ParkYoonjo sudah tepat. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm sebelumnya aku mau kasih tahu kalo tugas PR itu sebenarnya macem macem banget, bahkan aku gak bisa mendefinisikan krisis mana yang sekiranya muncul, dan ternyata krisis yang muncul itu kadang kadang ajaib ini nyeleneh kaya yang di representasikan juga di serial Race mengenai scene itu khususnya nah itu adalah tugasnya PR juga sih buat menghandle buat klarifikasi bagaimana sih supaya bisa memperbaiki citra yang buruk jadi lebih baik lagi begitu. nah untuk menjawab pertanyaan kamu sebelumnya, menurut aku sih sudah tepat yang direpresentasikan dalam drama begitu. ini kan serialnya hmm mengangkat industri yang ada di kehidupan nyata cuman ada berapa pakem – pakem yang disesuaikan dengan hiburan atau konflik entertain jadi aku gabisa bilang hmm cara ini salah atau cara ini lebih baik karena itu kan semuanya sudah terplot di dalam serial tersebut. Tapi kalo dari sisi aku dan perspektif aku sebagai penonton menurut aku sudah cukup oke sih untuk penyelesaian dan problem solving yang ditampilkan di drama race tersebut.”(I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa tugas seorang PR banyak macam nya jadi tidak bisa mendefinisikan krisis mana yang akan muncul, dan ternyata yang muncul justru krisis yang nyeleneh seperti di representasikan pada serial Race. Ketika krisis itu muncul maka tugas PR adalah menghandle dan memberikan klarifikasi untuk bisa memperbaiki citra yang buruk jadi lebih baik. Informan 1 berpendapat bahwa yang dilakukan oleh ParkYoonjo sudah tepat dan yang direpresentasikan di serial Race ini. pendapat informan 1 mengenai penyelesaian nya sudah cukup oke dan problem solving yang ditampilkan dalam drama tersebut. Berbeda dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“menurut aku ya transparansi kepada publik, jadi mungkin menurut aku ya manajemen reputasi Seyong setelah si ibu CCO nya datang itu tuh jadi tertata banget, jadi terkontrol banget gitu ya jadi teratasi lah dari kehadiran nya dia gitu ya, jadi terkontrol banget gitu ya jadi teratasi lah dari kehadiran nya dia gitu ya, pertama tuh dia bilang kan strategi publisitas nya emangg gak okee, terus kemudian bener kan ternyata emangg gak oke karena publik mengiranya jadi kaya kok ada si perekrutan tanpa kualifikasi dan jadi mempertanyakan. jadi menurutku manajemen reputasinya tuh bener banget kata bu CCO nya itu dimulai dari tim internal dulu jadi gak boleh nihh ada kaya kesenjangan antar tim atau saling kaya ada sentimen atau sinis antar tim, karena kau liat kan ParkYoonjo ini kan dapet perlakuan gabaik kan dari atasan nya dari rekan rekannya apa yang dia lakuin itu seolah olah salah gitu terus kaya dia itu dapet sentimen yang gabaik lah diperlakukan sinis segala macem nah dari situ ajaa itu mereka tuh sudah gak kompak jadi sudah jauh dari keharmonisan, kekompakkan begitu sudah gak solid lagi nah menurut aku manajemen reputasi yang terbaik ya dengan cara kalo misalnya kita sebagai corporate PR ya kita tuh harus menyatu dulu, harus kompak dulu, harus apa namanya saling memahami satu sama lain, saling support satu sama lain, jadi iklim yang terbangun pun juga dirasakan sama publik begitu loh jadi kaya ohh iya perusahaan ini tuh kaya perusahaan yang solid” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa harus adanya tranparansi kepada publik ketika adanya permasalahan mengenai perusahaan, permasalahan yang ada karena perekrutan tanpa kualifikasi yang memang dilakukan oleh Perusahaan Seyong. Dari program tersebut membuat ParkYoonjo terkena hujatan netizen dan perlakuan tidak baik dari atasan, rekan kerja, dan netizen Korea. Menurut ibu CCO ada kesalahan di publisitasnya sehingga membuat permasalahan ini menjadi besar, seharusnya pihak internal perusahaan tidak menyalahkan ParkYoonjo namun bersikap baik dengan ParkYoonjo. CCO Seyong mengatakan bahwa manajemen reputasi terbaik itu berawal bagaimana perusahaan bisa menyejahterakan karyawan nya. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo mengalami krisis ya itu kuncinya adalah ngobrol, kunci PR kan komunikasi jadi kita harus ngobrol ketika kita menghadapi krisis itu, dilihat juga level krisisnya seperti apa sih apakah memang sampai booming dan viral atau masih kecil kaya gaterlalu banyak yang membicarakan gaperlu lah kita terlalu concern begitu, kecuali kalo memang sudah viral baru kita ada step stepnya, harus diskusi bagaimana cara nya supaya mengatasi situasi krisis ini. kalo sebagai PR ini itu kita harus bisa mengidentifikasi juga dan memahami krisisnya, sebenarnya apa sih yang terjadi apa sih yang diberitakan diluar sana, Nah yang aku liat di serial itu kan mereka langsung ditelponin ya sama rekan rekan stakeholdersnya ataupun media mengenai pemberitaan perekrutan buta itu, nah as a PR kita juga harus respons cepat dan berusaha untuk meredakan berita itu. Menurutku yang dilakukan itu kurang tepat karena tidak ada transparansi antar tim kan itu atasan laki laki nya gak mau ngasih tahu kenapa alasan ParkYoonjo diterima, nah transparansi antar tim juga harus di PR. Setelah rapat tim PR kan baru jelas ya permasalahan nya apa, cara penyelesaian nya bagaimana, nah akhirnya

kan bisa bikin release untuk menjelaskan permasalahan tersebut. Ya intinya komunikasi sih dan bagaimana caranya kita bisa bersama sama menghadapi konflik krisis atau manajemen reputasi itu. ” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa ketika PR menghadapi krisis ya kuncinya adalah berkomunikasi dengan tim bagaimana cara mengatasi situasi krisis ini, sebagai PR harus mengidentifikasi dan memahami krisisnya. Menurut informan 3 yang dilakukan kurang tepat karena tidak ada transparansi antar tim mengenai krisis yang sedang terjadi, tidak adanya transparansi yang menjelaskan kenapa ParkYoonjo bisa diterima. Setelah CCO meminta report nya hal tersebut baru terbukti, karena memang ParkYoonjo orang terpilih. Maka dari itu sebagai PR harus bisa riset terlebih dahulu, setelah itu meeting mengenai penyelesaiannya. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“seharusnya sebagai rekan kerja ya jangan ada kesenjangan sosial gitu antar tim, kalo di serial kan memang adanya kesenjangan sosial ya antar tim nah justru itu akan semakin menambah krisis dan permasalahan. kalau di serial sih menurut saya cara yang dilakukan untuk memperbaiki reputasi ya sudah benar dengan adanya program perekrutan tanpa kualifikasi itu ya, jadi dianggap perusahaan ini membantu atau membuat program untuk masyarakat yang memang tidak memiliki latar belakang yang sesuai begitu maksudnya kaya yang digambarin di serial Race, nah setelah program itu kita lakukan publisitas ini mengenai berita itu, kita kemas dengan baik mengenai berita tersebut supaya publik memandangnya positif, dan perusahaan dianggap peduli akan masyarakat kecil begitu. Jadi sudah tepat sih yaa menurut saya caranya, karena tiap perusahaan kan memiliki cara yang berbeda beda juga ya tergantung pelaksanaannya dan kekompakan tim PR nya juga sih.” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa dengan rekan kerja jangan ada kesenjangan sosial antar tim karena sebagai PR harus kompak dan bekerja sama serta berpikir kreatif. Menurut informan 4 cara yang di serial Race untuk memperbaiki reputasi dengan adanya program tersebut sudah tepat karena akan membawa reputasi baik dari publik mengenai Perusahaan Seyong yang dianggap peduli dengan masyarakat kecil. Selain mengatasi situasi krisis yang dilakukan ParkYoonjo. Keempat informan juga dapat menjelaskan hubungan antara karakter di serial race dengan pihak lain ketika adanya hubungan antara agensi dan praktisi Public relations. Seperti adegan disaat Park Yoonjo sering bertemu dengan Seo Dong Hoon yang merupakan CEO Agency EarthCommunication, keempat informan dapat memberikan pendapat mengenai hubungan ini tercermin dalam hubungan karakter – karakter media dan praktisi PR dalam serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm menurutku iya ya, karena kita sebagai agency dan klien handling kita pasti harus selalu kasih service supaya kita bisa terus terusan handle klien tersebut makanya kita pasti benar – benar berhubungan baik dengan stakeholders atau klien klien tersebut sih” (I-1)

Informan 1 setuju dengan penggambaran kedekatan ParkYoonjo dengan CEO Earthcomm karena adanya pembahasan mengenai project Celltics. Informan 1 dapat menjelaskan bahwa hubungan dengan klien dan stakeholders harus baik dengan memberikan service, komunikasi yang baik, agar klien merasakan nyaman dan bisa terus – terusan handle klien tersebut. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“menurut aku hubungan antara si ParkYoonjo dan Pak Seo ini ada hubungannya karena sebenarnya aku juga masih rancu ya sebenarnya si Seyong ini sebagai apa sih di earthcomm, seyong sebagai apa nya diantara klien dengan Celltics. Ya sebenarnya wajar sih kalo klien dekat sama PR karena kan memang kita pasti akan bekerja sama untuk bisa sukses kan sebuah projek gitu jadi ya pasti ada kedekatan dan intens mengenai pekerjaan” (I-2)

Informan 2 merasa bingung mengenai hubungan antara ParkYoonjo dan Pak Seo yaitu CEO Earthcomm dimana ia masih kurang paham bagian bagian mengenai pihak pertama, kedua dan ketiga. Namun informan 2 setuju dengan penggambaran kedekatan ParkYoonjo dengan CEO Earthcomm, karena sangat wajar jika klien dekat dengan PR untuk bekerja sama membuat sukses sebuah proyek yang sedang dijalankan. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“Hmm menurutku relate sih itu, karena aku dengan klien dan media saja sangat berhubungan baik, kita sering minum minum, makan bareng, ngopi. Apalagi kan si agency itu kan yang ngehandle produk dari Seyong ya jadi kita pasti harus kasih service yang baik, dan menjaga hubungan yang baik agar bisa sukses di proyek tersebut. Wajar sih kalo kita dekat sama klien karena itu juga akan membantu kita, kita bisa diskusi kaya bagaimana ini kedepannya, diskusi mengenai riset, permasalahan yang ada, apakah objektifnya sudah tercapai. Jadi yaa menurut ku apa yang di gambarkan oleh race itu tentang PR, tentang klien, tentang relationship sama banyak pihak ya itu relate di kehidupan aku” (I-3)

Informan 3 setuju dengan penggambaran kedekatan ParkYoonjo dengan CEO Earthcomm di serial Race. Karena informan 3 dengan klien dan media juga sangat berhubungan baik seperti pergi minum dan makan bersama. PR dari Seyong yaitu ParkYoonjo tentunya harus memberikan service terbaik dan menjaga hubungan yang baik agar bisa sukses. Informan 3 mengatakan kedekatan tersebut wajar karena untuk berdiskusi mengenai proyek dan informan 3 mengatakan hal tersebut sangat relate yang di gambarkan di serial Race dengan kehidupan nyata. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“berhubungan baik dengan media itu wajar sih karena PR ini memang berhubungan nya kan sama media, PR pemerintah ini memang akan terusan berhadapan dengan media dan jurnalis gitu sih mel, kalo di Race kan memang itu berhubungan dengan klien ya jadi kalo di PR pemerintah ini bukan klien tapi lebih ke media atau dinas dinas terkait gitu. Saya juga masih berhubungan baik dengan teman teman jurnalis saya, misalnya makan siang bareng, atau ya ngobrol ngobrol mengenai berita, ide ide sebagai PR dan jurnalis. Ketika saya nonton race ini memang menggambarkan sisi realitas PR di perusahaan yaa karena ya itu hubungan PR dengan divisi lain harus baik, dan yang dilakukan pemeran utama itu benar kok tetap menjaga hubungan baik apalagi dengan klien gitu mell” (I-4)

Informan 4 setuju dengan penggambaran kedekatan ParkYoonjo dengan CEO Earthcomm yaitu Pak Seo. Menurut informan 4 berhubungan baik dengan media atau klien itu wajar, seperti makan siang bareng dan ngobrol – ngobrol membahas ide proyek yang sedang dijalankan. Informan 4 juga mengatakan serial Race memang menggambarkan sisi realitas PR di perusahaan karena harus menjalin hubungan dengan banyak pihak dan hal tersebut juga terjadi di PR Pemerintahan. Selain menjelaskan hubungan baik ParkYoonjo dengan Pak Seo yaitu CEO Earthcomm. Keempat informan dapat menjelaskan mengenai konflik moral dan etis yang dihadapi oleh ParkYoonjo dan beberapa karakter. Keempat informan dapat memberikan pendapatnya ketika menghadapi situasi yang sama dengan ParkYoonjo. Berikut penjelasan informan 1 :

“banyak yang tadi sudah aku jelasin dan aku elaborate juga banyak banget hal hal yang bisa bikin ini tuh agak bentrok dengan moral prinsip dan etis, personal blog dari diri kita sendiri begitu, eee menurutku seperti yang sudah aku jelasin tadi kita harus bisa adjusting skill kita dan kapan kita mau mengedepankan prinsip diri dan kapan kita mau adjusting dengan cara cara yang rasional untuk ibaratnya menjalankan atau mengimplementasikan strategi PR yang sedang kita hadapi ini” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa ketika menghadapi situasi yang sama seperti ParkYoonjo tentunya harus bisa mengedepankan prinsip diri sendiri yang sesuai dengan moral prinsip dan etis untuk bisa menjalankan atau mengimplementasikan strategi PR yang sedang dihadapi. Jadi cara yang dilakukan di serial Race adalah salah. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“menurut aku itu bukan cara yang benar sih, itu sisi gelap nya sih itu sebenarnya. Sisi gelapnya itu adalah ya kaya begitu jadi kaya mengkambing hitamkan orang yang dianggap lemah untuk menutupi atau meredakan krisis yang menerpa mereka begitu, menurut aku gak benar sama sekali. maksudnya dia kaya langsung takeover abis itu langsung mengambil alih begitu ya cara cara yang lebih humanis dan lebih baik gitu kan, dan lebih strategi untuk menjawab krisis itu untuk meredakan krisis ituu gituu” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa cara yang ada di serial Race merupakan cara yang salah karena mengkambinghitamkan orang yang dianggap lemah untuk tetap memperbaiki citra Seyong, hal tersebut tidak tepat karena harusnya bisa menggunakan cara yang lebih manusiawi dan sesuai dengan kode etik PR. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“sesuai pengalaman aku sih ya, aku gak pernah ngalamin yang namanya menantang moral dan etika PR begitu sih haha jadi aku masih ngikutin regulasi dan aturan dari kantor aku, aku memang gabelajar banyak tentang PR tapi aku selalu tanya juga keatasan aku mengenai release ini atau apa gituu hmm. Aku juga gak pernah terlibat sesuatu yang memang harus melanggar etika dari PR. di Race juga kan ada beberapa scene yang atasannya nyuruh buat bikin release yang memang ngejelekin peran utamanya saja supaya nama Seyong gak jelek, nah itu menurutku cara yang salah sih ya” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa cara yang ada di serial Race merupakan cara yang salah karena membiarkan publik menghujat dan menyalahkan ParkYoonjo, seharusnya Seyong melindungi ParkYoonjo. Informan 3 menjelaskan bahwa ia tidak pernah mengalami hal yang menantang moral dan etika PR. Namun dia dengan tegas mengatakan cara Seyong menyelesaikan permasalahan tidak tepat. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“Kalo memang menghadapi situasi yang menantang moral dan etis ya komunikasikan dulu, sebagai PR tidak boleh melanggar kode etik PR, ini lebih ke personal diri sendiri sih, komunikasikan dulu dengan pimpinan mengenai hal yang kita rasa akan melanggar nilai moral dan etik, meskipun di dalam serial race ini seingat saya ada atasan yang memang meminta bawahannya untuk membuat rilis yang menyalahkan satu pihak saja ya, dan mengkambinghitamkan karyawannya, nah ituu sih tergantung diri kita sendiri mengenai moral dan etis jadii yaa hmm cara yang dilakukan atasan itu tidak humanis. Di serial Race ini saya lihat juga masih ada pemeran yang tidak sesuai etik PR nya jadi permasalahan akan bertambah terus” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa cara yang ada di serial Race merupakan cara yang salah. Karena menurut informan 4 ketika menghadapi situasi yang menantang moral dan etis harus dengan komunikasikan dulu antar tim dan para atasan. Jangan menggunakan cara yang tidak humanis yaitu dengan mengkambinghitamkan karyawan sendiri untuk tetap menjaga citra baik perusahaan. Selain menghadapi situasi yang menantang moral dan etis dalam PR. Keempat informan dapat menjelaskan mengenai tekanan kerja, deadline yang ketat dan jam kerja yang tidak sesuai. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo menghadapi tekanan dan tenggat waktu mungkin awalnya itu susah banget ya tapi karena dari awal itu bekerja as PR jadi sudah terbiasa banget dengan deadline dan jam kerja nya dan tanggung jawab responsibility as a PR dari awal aku juga suka dengan bidang ini dengan industri ini jadi menurutku gak ada

si yang terlalu berat. Dan ya yang di race cukup menggambarkan bahwa itu PR banget loh yang jam kerja nya gak sesuai hehe” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa dalam menghadapi tekanan dan tenggat waktu dalam bekerja sebagai PR di awal itu susah sekali, namun karena sudah terbiasa dengan deadline dan jam kerja hal tersebut sudah menjadi tanggung jawab PR. Informan 1 pun dari awal sudah menyukai bidang PR jadi menurut informan 1 tidak terlalu berat. Informan 1 mengatakan bahwa di serial Race cukup menggambarkan bahwa PR itu merupakan pekerjaan yang jam kerjanya tidak sesuai. Berbeda dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“tekanan yang pasti sih tentuin skala prioritas nya dulu ya kaya mana sih yang lebih urgent gitu. misalnya kaya secara waktu yang paling mendekati deadline dan paling deket untuk dilaksanakan itu adalah misalnya untuk klien A ohh yaudah mungkin kita mungkin put more attention nya lebih ke klien A. bagi tugas yang penting kita bisa jelas sih pembagian tugasnya. jadi disini tuh masalah tentang pembagian tugasnya ajaa yang harus kita merata gtiuu loh jangan sampe satu terbebani dengan banyak tugas. menghadapi tekanan itu, aku sih mostly sekarang happy happy saja yaa, gak merasa tertekan dengan tenggat waktu yang ketat apa segala macem karena mungkin suka dengan pekerjaan nya kali ya jadi aku merasa aku gak terbebani gitu loh” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa ia tidak merasakan tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan nya di bidang PR. Di dalam serial Race terdapat gambaran bahwa PR bekerja dibawah tekanan atasan dan tenggat waktu yang sangat ketat, namun informan 2 tidak merasakan itu karena memiliki strategi yaitu untuk memprioritaskan yang lebih urgent terlebih dahulu. Informan 2 mengatakan bahwa permasalahannya ada di pembagian tugas saja dimana jangan hanya ada satu karyawan yang terbebani namun karyawan PR lainnya cukup luang. Pembagian tugas yang merata merupakan salah satu cara agar menghadapi tekanan dan tenggat waktu. Informan 2 menjalankan pekerjaan nya sebagai PR sejauh ini happy saja dan tidak merasa tertekan dengan tenggat waktu, atasan, atau segalanya karena informan 2 menyukai pekerjaan nya. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmm aku sejauh ini sih sebagai PR inhouse ya gak terlalu ada tekanan sih karena aku jalanin nya have fun dan seneng sama pekerjaan aku, untuk deadline yaaaaa hmm kita sebagai PR juga harus pinter atur waktu sih put kita harus tahu mana yang harus diutamakan, jadi ya itu yang diduluin. Kalo jam kerja yang gak sesuai sih memang sih ya tapi di perusahaan aku itu ada tim monitoring yang tadi aku bilang jadi gak terlalu bermasalah sih, sejauh ini aku oke oke saja sih sama pekerjaan dan jam kerja nya” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa ia tidak merasakan tekanan dan tenggat waktu dalam pekerjaan nya di bidang PR. Informan 3 menjalankan tugas dan fungsi sebagai PR dengan rasa have fun dan seneng dengan pekerjaan di bidang ini. Sebagai PR tentunya harus tahu mana yang harus diutamakan dan untuk jam kerja yang tidak sesuai, informan 3 pada perusahaan nya memiliki tim monitoring sehingga tidak terlalu bermasalah mengenai jam kerja. Berbeda dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“kalo disini sebagai PR tanggal merah tuh sebenarnya gak masuk ke kantor tapi tetap bekerja dari rumah hahaha ya sama kaya si serial race itu apalagi kaya misalnya teman saya itu ya bahkan sampe malem itu apalagi kalo di telpon butuh informasi mengenai sesuatu gitu jadi apa ya gak ada waktu istirahat, gada waktu libur jadinya. Jadi paling kalo bener bener free dari pekerjaan itu mengajukan cuti, makanya orang orang bilang wah kerja di pemerintahan enak ya tanggal merah libur ya iya libur tapi gak kekantor tapi tetap

saja dirumah kerja begitu kan. Jadi ya sama kaya di serial Race itu, ada kan itu yang lagi weekend ditelpon jurnalis karena mau ada berita buruk untuk perusahaan, nah langsung gerak cepat buat kerja telpon tim, supaya berita tersebut tidak semakin viral, langsung buat pernyataan klarifikasi supaya nanti bisa langsung disampaikan ke publik. Untuk deadline waktu sih itu tergantung pribadi ya, mana yang harus diutamakan terlebih dahulu, biasanya kita sudah ada jadwalnya gituu. Kalo di serial race dengan kehidupan saya sih ya memang benar hari libur tetap bekerja hahaha” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa ia merasakan sesuai dengan gambaran tekanan dan tenggat waktu yang ada di serial Race. Informan 4 menjelaskan bahwa PR Pemerintahan ketika ada tanggal merah memang tidak masuk ke kantor namun tetap bekerja ketika dirumah. Jika ada sesuatu yang urgent, sebagai PR bisa bekerja sampai malam karena ditelpon untuk menyampaikan informasi mengenai sesuatu. Menurut informan 4 jika memang ingin free dari pekerjaan bisa mengajukan cuti, karena di PR pemerintahan ini sama dengan yang di serial Race dimana ketika pemeran laki laki yaitu Jaemin sedang berkemah namun tetap harus bekerja menangani isu perusahaan, hal tersebut dirasakan oleh informan 4 dimana hari libur tetap bekerja. Selain menjelaskan tekanan deadline dan jam kerja yang tidak sesuai. Keempat informan dapat membandingkan gambaran praktisi PR di serial Race dengan pengalaman mereka sendiri dan memberikan pendapat apakah ada yang dilebih – lebihkan. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm kalo yang dilebih lebihkan pastinya ada ya karena ini drama ya balik lagi hmm drama itu gak mungkin plek plekan kaya kehidupan nyata gak ada bumbu bumbu konflik yang menarik drama tersebut, ada beberapa hal yang kurang merepresentasikan menurutku di poin poin dalam drama ini, seperti penyelesaian konflik yang engga applicable kalo di korea mungkin oke tapi kalo di Indonesia gak mungkin bisa diselesaikan seperti itu, nah itu ada beberapa hal kaya poin kaya begitu itu menurutku ga terlalu berfungsi.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa pada serial drama Korea Race ini terdapat aspek yang memang dilebih – lebihkan. Menurut informan 1 karena ini merupakan drama korea tentunya tidak sepenuhnya sama dengan kehidupan nyata, pastinya akan ada konflik yang dibikin menarik dalam serial Race. Informan 1 menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang kurang merepresentasikan di serial ini yaitu ketika penyelesaian konflik yang tidak applicable, mungkin kalau di korea hal tersebut oke untuk dilakukan tapi tidak dengan di Indonesia tidak mungkin diselesaikan seperti itu. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“menurut aku dilebih lebihkan tuh iya sih yang di Race ya, di Race itu banyak sih kaya aku kesel banget sama atasan nya itu kaya boosy banget gituu loh kaya dia tuh kalo pengennya menempuh jalan pintas gituu ya biar cepet kelar krisis nya biar cepet reda krisis nya gituu dia tuh maunya kaya mainnya itu jalur pintas gituu loh gamau pakai dan gamau mencoba mengerti publik, gamau coba mengerti kondisi dari para karyawannya begitu” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa pada serial drama Korea Race ini terdapat aspek yang dilebih – lebihkan yaitu pada penggambaran karakter atasan di PR. Penggambaran karakter di PR ini menggambarkan atasan yang boosy, tidak mau menerima ide orang lain, lalu selalu menempuh jalan pintas agar krisis nya cepat selesai, atasan yang tidak mau mengerti karyawan dan publik. Hal tersebut dilebih – lebihkan karena informan 2 tidak pernah merasakan sosok atasan yang seperti di serial Race. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmm membandingkan gambaran praktisi PR di Race sama di kehidupan aku ya, hmm kalo yang aku lihat sih sejauh ini sama ya. Tugas dan fungsi yang dilakuin di race sama yang aku lakuin sama kaya yang tadi

aku bilang, hm cuman bedanya mungkin dipermasalahkan saja sih kaya yang permasalahan yang dialami oleh si cewe itu, dan untung nya rekan kerja aku supportif gitu mau sharing tapi kalo untuk pekerjaan PR nya ya sama sama ngelakuin itu Kalo aspek tertentu yang dilebih lebihkan kayanya engga sih ya, konflik nya juga konflik yang memang kadang terjadi di Indonesia juga, tentang reputasi, konflik internal, masalah produk yang gak mencapai target. Ya hal itu sama sih aku juga pernah ngalamin sejauh ini ketika aku jadi PR” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa pada serial drama Korea Race ini sesuai dengan kehidupan informan 3 dan tidak ada aspek yang dilebih – lebihkan. Persamaan nya mengenai tugas dan fungsi PR di Race sama dengan yang informan lakukan selama bekerja menjadi PR. Namun untuk rekan kerja atau atasan yang digambarkan di serial, tidak sepenuhnya sama karena rekan kerja informan 3 mau membantu dan bekerjasama. Menurut informan 3 untuk aspek yang dilebih – lebihkan tidak ada karena konflik atau permasalahan yang terjadi di serial itu terkadang juga terjadi di Indonesia yaitu mengenai reputasi, konflik internal, produk yang tidak tercapai target, jadi sama dengan apa yang dialami informan 3. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 4 :

“kalo yang saya tonton sih memang tugas dan fungsi yang dilakukan di Race ini sama sih sama yang saya jalani. Jadi ya ketika saya nonton itu memang merasa wawh ini sama nihh kaya yang saya jalani di PR hahaha. Kalo yang dilebih lebihkan menurut saya ya ada karena kan itu serial ya kalau cuman kehidupan PR saja tanpa ada suatu konflik yang biasa tentu tidak menarik penonton untuk menontonnya. Dari konflik nya, kesenjangan sosialnya, menurut saya itu berlebihan ya kalau untuk disini, tapi mungkin di korea itu hal yang lumrah atau hal yang biasa ya. Tapi kalo yang sesuai pengalaman saya sih memang sedikit perbedaannya mulai dari konflik, dan perusahaan, gitu sih mel” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa pada serial drama Korea Race ini sesuai dengan kehidupan informan 4 jalani sebagai PR. Persamaan nya mulai dari tugas dan fungsi dilakukan di Race sama dengan yang dijalani oleh informan 4 ketika bekerja menjadi PR. Informan 4 berpendapat bahwa terdapat aspek – aspek yang dilebih – lebihkan dalam serial Race yaitu pada bagian konflik. Menurutnya hal yang wajar karena dalam serial tentunya akan ada konflik yang dilebihkan agar menarik penonton lalu perbedaannya tidak hanya dari konflik tapi juga dari bidang perusahaan dimana dalam Serial Race perusahaan agency sedangkan informan 4 di bidang Pemerintahan. Selain membandingkan pekerjaan PR di serial Race dan melihat aspek apa saja yang dilebihkan. Keempat informan dapat menyoroti persaingan yang ketat diantara karakter utama dan karakter lainnya di serial Race, keempat informan dapat menjelaskan persaingan tersebut terjadi di praktisi PR dan bagaimana cara mengatasinya. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo persaingan itu justru bukan dari bukan diciptakan atau terbentuk dari ekosistem kalo bersaing itu pasti kita bersaing ya kaya di seluruh aspek pekerjaan itu itu pasti ada saingannya begitu kaya misalkan HR pasti ada another HR yang lebih kompeten tapi cara mengatasi persaingan satu lagi hm aku gak pernah melihat sesama praktisi PR itu sebagai saingan tapi sebagai tempat belajar, sebagai sosok yang inspiratif supaya aku bisa menambah pengetahuan ku di bidang PR.” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa persaingan ketat yang terjadi di serial Race tidak ia alami. Menurut informan 1 persaingan itu terbentuk dari ekosistem dan persaingan itu ada di seluruh aspek pekerjaan, untuk mengatasinya itu sulit karena tergantung pribadi masing – masing. Informan 1 juga tidak pernah melihat sesama praktisi PR itu sebagai saingan tetapi sebagai tempat untuk belajar, sebagai sosok yang inspiratif untuk menambah pengetahuan di bidang PR. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“kalo persaingan sih sejauh ini aku gak ada ya kalo sesama praktisi PR, kaya yang digambarkan di Race kan mereka bersaing untuk bisa naik jabatan ya, nah kalo yang aku alamin sih gagitu, karena justru kita saling support saling bantu, saling sharing jadi kita bisa belajar satu sama lain dari pengalaman masing masing gitu.” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa persaingan yang terjadi di Race mengenai kenaikan jabatan, pemegang proyek atau handle klien itu tidak terjadi di kehidupan informan 2. Informan 2 menceritakan bahwa persaingan yang diceritakan tidak sesuai, karena sesama praktisi PR saling support, bantu, sharing sehingga bisa belajar satu sama lain berdasarkan pengalaman masing – masing PR. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo persaingan antar tim ya aku gak ada sih persaingan begitu, kita saling sharing, saling ngajarin, saling support satu sama lain. jadi ya kita dikantor jalanin tugas kita masing masing, jadi gak ada itu kaya yang si ini mau unggul, si ini mau naik jabatan atau apa, gada sih jadi ya aku jalanin saja as a PR di kantor sesuai dengan tugas yang ada. untuk mengelola atau mengatasinya sebenarnya ini tergantung tiap individu ya, mungkin tim aku ada yang anggep ini persaingan juga. Jadi ya tergantung individu sih, kalo aku sudah banyak kerjaan jadi gak anggap persaingan, kita saling belajar saja dan saling bantu satu sama lain” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa persaingan yang terjadi di Race mengenai kenaikan jabatan, keunggulan tiap individu itu tidak terjadi di kehidupan nyata informan 3. Informan 3 menceritakan bahwa di kehidupan nyata nya sebagai PR itu antar teman saling support, sharing satu sama lain. dalam pekerjaan informan 3 tentunya masing – masing PR memiliki tugasnya masing – masing jadi tidak ada persaingan yang terlihat. Namun untuk mengelola atau mengatasinya itu tergantung tiap individu, untuk sekarang tidak ada persaingan karena masing – masing individu memiliki tugas yang banyak sehingga hanya saling belajar dan membantu satu sama lain. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“kalo untuk persaingan di tim internal itu tidak ada karena bekerja bersama, lalu untuk PR pemerintahan juga tidak ada. persaingannya kalo lagi perlombaan saja sih haha. Ya kalo yang saya pahami di serial Race itu ada persaingan ya antara agency earthcomm, PR Joa dan agency lainnya, kalo di pemerintahan gak ada sih persaingannya. Kalo di perusahaan pastinya akan ada persaingan tersebut jadi ya berbeda dengan pemerintahan yang memang tidak ada persaingan. Karena setiap daerah punya keunggulan nya masing – masing mel” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa persaingan yang terjadi di Race antar individu atau perusahaan itu tidak terjadi di kehidupan nyata informan 4. Informan 4 menceritakan bahwa ia dan tim PR bekerja bersama, akan ada persaingan nya itu ketika ada perlombaan saja. Kalau di serial Race memang banyak persaingan yaitu internal, eksternal dengan agency dan lain – lain. namun kalau di pemerintahan tidak ada persaingannya, karena tiap pemerintah daerah punya keunggulan dan kekurangannya masing – masing yang berbeda. Selain menjelaskan persaingan yang terjadi di Race. Keempat informan juga setelah menonton serial Race dapat menyoroti konsep perlombaan yang tidak hanya kompetitif saja melainkan juga melibatkan perjuangan dan pencapaian individu. Berikut penjelasan informan 1 :

“pendapat pribadi hmm untuk memilih company mana yang baik yang terbaik dari yang terbaik itu adalah yang sesuai dengan strategi PR yang mau direpresentasikan company mana yang bisa mewujudkan strategi PR tersebut yang paling sesuai dengan keadaan yang butuh di tangani dari masing masing company

sendiri, jadi kalo misalkan ada yang bilang company nya lebih baik dalam menangani hmm problem problem PR begitu tapi belum tentu di aplikasikan juga ke company B atau company C karena bisa jadi isunya beda hmm dan praktisi PR yang digunakan dan yang aktif berkontribusi itu juga pasti pengetahuannya sudah dimaksimalkan di aspek aspek tertentu hm jadi misal company yang terbaik gak ada jadi bisa company yang sesuai dan kami tuju. Jadi untuk persaingan di Race itu gak relate di aku karena gak ada persaingan sih di kehidupan aku hehe. Kalo untuk pribadi ya sesama rekan kerja, kompetitif atau engga sih aku engga yaa. Kalau teman se tim aku sih aku merasa memang mereka kompetitif dalam bekerja ya karena mau capai target gitu loh jadi ya harus berusaha” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa tidak ada perlombaan dan perjuangan yang kompetitif yaitu dengan memilih company mana yang terbaik dan sesuai dengan strategi PR yang mau di representasikan dan sesuai dengan keadaan yang butuh untuk ditangani. Menurut informan 1, untuk persaingan atau perlombaan di Race ini tidak relate karena tidak adanya persaingan perusahaan atau agency di kehidupan informan 1 namun dengan rekan kerja tentunya pernah mengalami untuk mencapai target. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“jujur sebenarnya aku sih gak ada persaingan ya. Sama kaya yang sudah aku jawab tadi karena sudah gak ada waktu juga buat nunjukin kalo kita lebih hebat siapa karena sudah kepake energinya buat ya kita harus mengejar buat menyelesaikan pekerjaan kita harus bisa memastikan pekerjaan kita itu sesuai dengan ekspektasi klien sesuai dengan kemauan klien, terus sesuai dengan etika yang bener gitu jadi kaya kita sudah gak ada waktu buat saling unjuk mana yang paling hebat unjuk keunggulan begitu mana yang paling hebat mana yang paling tidak hebat begitu” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa tidak ada persaingan atau perlombaan yang kompetitif seperti digambarkan pada serial drama Race. Menurut informan 2 tidak ada persaingan karena tidak ada waktu untuk menunjukkan siapa yang lebih hebat dikarenakan seluruh energinya sudah terpakai untuk mengerjakan dan menyelesaikan pekerjaan di PR. Karena sebagai PR harus bisa memastikan pekerjaan tersebut sudah sesuai dengan ekspektasi klien, kemauan klien, dan etika yang benar sehingga tidak adanya waktu untuk menunjukkan kehebatan. Beda dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmm kalo untuk praktisi PR ya kan si cewe nya itu awalnya di rendahin ya sama tim Seyong tapi ternyata dia sukses buat celltics jadi meningkat, itu itu kan perlu perjuangan yaa dan akhirnya dia dipercaya oleh atasannya. Hmm untuk contohnya apa yaa gini deh aku gak bisa sebutin perusahaan nya ya. Jadi ada perusahaan yang memang reputasi nya jelek dan penjualan nya menurun, aku coba diskusi dengan pemilik perusahaan tersebut untuk memberikan ide dan solusi bagaimana sih supaya permasalahan ini selesai ya kan, lalu sempat di tentang juga oleh pihak dari manajemen perusahaan nya, cuman aku dan tim meyakinkan bahwa ini akan berhasil loh dengan cara ini akan berhasil gitu, nah akhirnya kita coba cuman awalnya aku takut karena kaya pihak manajemen nya tuh yakin ke kita gitu tapi ternyataaaa hasilnya bawa dampak yang baik, penjualannya naik. Wah disitu si aku langsung gemeteran karena aku dipuji sama atasan ku. Pokoknya perjuangan yang kita kerjakan itu ga akan bawa hasil yang sia sia gitu sih.” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa sama dengan penggambaran serial Race dimana sebagai praktisi PR harus berjuang untuk bisa mendapatkan pencapaian individu. Informan 3 pernah merasakan hal serupa yang dirasakan oleh ParkYoonjo yaitu dimana saling berjuang untuk meningkatkan sebuah proyek meskipun banyak diragukan oleh atasan. Namun setelah dilakukan hal tersebut membawa dampak yang positif, dimana perjuangan informan 3 sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan. Informan 3 mengatakan bahwa perjuangan

yang dikerjakan itu tidak akan membawa hasil yang sia – sia. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

“scene dalam serial Race yang menyoroti perlombaan dan perjuangan dan pencapaian individu sih dari yang saya lihat memang ada yaa. Perjuangan nya ya pasti ada di karakter utama dan karakter lainnya berjuang buat mengatasi krisis, naik jabatan, handle brand, itu kan ada ya di Race dimana mereka berjuang supaya bisa menjadi yang terbaik di perusahaan. Nah kalo karakter yang kompetitif berjuang begitu ya pasti ada disini juga ada yang inginn berjuang kompetitif, kalo saya justru senang karena saya gak kompetitif hahaha jadi justru malah jadi semangat dalam mengerjakan pekerjaan gitu dan selesai nya dikita nya jadi lebih mudah kalo buat saya. jadi kalo saya pribadi justru senang orang – orang yang kaya gitu, karena saya sendiri merasa kebantu dengan si kompetitif itu hahahaha. jadi yang di serial race itu menggambarkan yang terjadi di dunia nyata mell hahaha” (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa ssama dengan penggambaran serial Race dimana sebagai praktisi PR akan ada perjuangan, persaingan, dan pencapaian individu. Perjuangannya seperti yang digambarkan pada serial Race yaitu mengatasi krisis, naik jabatab, handle brand. Menurut informan 4 karakter yang kompetitif pun ada di pemerintahan, namun informan 4 tidak menjadikan itu permasalahan karena jika rekan kerja yang kompetitif itu membangkitkan semangat dalam mengerjakan pekerjaan.

Penjelasan mengenai resepsi informan terkait tugas dan fungsi konsultan public relations di serial korea Race melalui wawancara dengan informan 1, informan 2, informan 3 dan informan 4 terdapat keberagaman pemaknaan dari masing – masing informan setelah menonton dan memahami serial korea Race. Resepsi dan pemaknaan tersebut nantinya akan memposisikan masing – masing informan ke dalam kategori posisi hegemoni dominan, negosiasi ataupun oposisi. Namun dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara kepada 4 informan, peneliti mendapatkan 3 informan masuk ke dalam kategori posisi pemaknaan dominant hegemonic reading dan 1 informan masuk ke dalam posisi pemaknaan negotiated reading.

a. Posisi Hegemoni Dominan

Melalui hasil wawancara dengan informan 1 bahwa dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dalam serial drama Korea “Race” karena menurutnya dalam serial ini menggambarkan keilmuan PR. Berikut penjelasan informan 1 :

“Hmm sebenarnya kalau yang aku tangkep ya dari drama Race ini lebih ke keilmuan PR yang kamu gak kepikiran bakal kepake sih. Dan menurut aku juga Race ini lebih mau ngegambarin ke penonton nya bagaimana sih tugas nya PR, or fungsi nya PR untuk sebuah company, brand atau apapun.” (I-1)

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 3 yang juga memahami pesan yang disampaikan dalam serial drama Korea Race karena menurutnya serial drama Korea Race ini menggambarkan bahwa PR penting di sebuah perusahaan. Berikut penjelasan informan 3 :

“Yaaa yang aku tangkep sih emangg mau ngegambarin dan sampein pesan bahwa PR itu penting loh, PR itu tugas dan fungsinya kaya gini loh.gituu sih. (I-3)

Sama seperti informan 3. Informan 4 memahami pesan yang disampaikan dalam serial drama Korea Race karena menurutnya serial ini membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan. Berikut penjelasan informan 4 :

“Sebenarnya yang saya tangkep after saya nonton serial itu sih lebih ke membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan dan dibumbui dengan konflik konflik tersebut supaya menarik perhatian penonton” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 bahwa ia setuju dengan serial drama Korea Race yang salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa memberikan gambaran bagaimana kalo bekerja di PR itu bisa diambil dari serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

“ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, jadi bisa hm apa ya ada pengetahuan informasi dan konvergen lah bagaimana sih kalo kita kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.” (I-1)

Senada dengan informan 1. Informan 3 juga menyatakan bahwa ia setuju dengan serial drama Korea Race yang salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi Public Relations. Oleh karena itu, informan 3 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant – hegemonic reading. Sebagaimana yang dikatakan informan 3 yang menyatakan bahwa serial Race ini menonoti bagaimana menjalankan peran di bidang PR dan menghadapi tantangan yang ada. berikut penjelasan informan 3 :

“hmm kalo itu menurutku sih iya, mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantang yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR begitu loh, eee jadi ada gambaran tugas dan fungsi tapi dibumbui dengan cerita cerita lainnya untuk menarik perhatian penonton. (I-3)

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menyatakan bahwa ia setuju dengan serial drama Korea Race yang salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi Public Relations. Oleh karena itu, informan 4 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant – hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 4 yang menyatakan bahwa terlihat jelas penggambaran tugas dan fungsi public relations di serial Race. Berikut penjelasan informan 4 :

“ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan ada penyampaian mengenai tugas dan fungsi nya, penyelesaian konflik pun itukan merupakan tugas dari seorang PR” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 bahwa setuju mengenai penggambaran konflik realitas public relations pada serial Race. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa konflik atau permasalahan yang ada di serial Race itu relate dengan pengalaman informan 1 selama menjadi PR berikut penjelasan informan 1 :

“kalo untuk konflik nya sendiri sebenarnya sih hmm dekat juga ya dengan para praktisi PR kaya yang sudah aku elaborate sebelumnya. rata rata praktisi PR itu bentrok nya hanya di top level

management atau kalo misalkan di agency itu berhubungan dengan klien dan request – request dari brand hmm atau perusahaan itu sendiri yang lagi di handle atau teman – teman media teman teman jurnalis biasanya itu itu saja problemnya praktisi PR. karena kan kita pasti ngalamin krisis tapi itu relate banget sih dan aku alamin juga dari karirku dari bertahun – tahun yang lalu.” (I-1)

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan bahwa setuju mengenai penggambaran konflik realitas public relations pada serial Race. Oleh karena itu, informan 3 masuk ke dalam posisi dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa konflik yang ada di serial Race itu merupakan konflik yang dihadapi PR. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmm untuk penggambaran konflik realitas PR dalam serial race ini si bisa ngasih beberapa pandangan dan realistis tentang tantangan yang dihadapi di PR. Ya menurutku sih konflik yang digambarin memang konflik yang akan dihadapi oleh PR” (I-3)

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menjelaskan bahwa setuju mengenai penggambaran konflik realitas public relations pada serial Race merupakan konflik yang memang dihadapi oleh praktisi PR. Berikut penjelasan informan 4 :

“bisa memberikan beberapa gambaran mengenai konflik apa saja sih yang dihadapi seorang PR, jadi melalui serial ini pasti yang nonton akan langsung tergambarkan kaya ohh ini permasalahan yang dihadapi oleh PR, konflik nya ini dan mengatasinya seperti ini.” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 menjelaskan bahwa sebagai seorang PR tentunya harus melewati rintangan dan perjuangan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi public relations. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa dunia PR itu keras dan harus siap bekerja diluar jam kerja. Berikut penjelasan informan 1 :

“dunia PR itu keras banget hm dan ternyata lebih banyak praktisi PR cowo di dunia PR itu sendiri karena kamu harus yang pertama cepet kamu harus berpikir kritis kamu harus siap sedia dan kamu mm gada namanya sabtu minggu itu kamu apa ya ah aku gabisa di hubungi ini karena lagi weekend soalnya dari apa yang sudah aku jalanin as a PR praktisi krisis itu gak mengenal waktu, request dari klien kalo lagi handle klien itu gak mengenal waktu, dan kita harus selalu up to date dengan timeline itu terus kita harus hmm stay in timeline dan juga pasti informasi yang akurat begitu jadi itu sih” (I-1)

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan bahwa sebagai seorang PR tentunya harus melewati rintangan dan perjuangan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi public relations dimana harus kerja keras dan penuh ketekunan. Berikut penjelasan informan 3 :

“kita itu sebagai PR harus kerja keras dan penuh ketekunan dimana kan di race itu ngegambarin kalo si pemeran utama cewe itu sering banget kan dikasih tantangan besar yang memang menguji banget dedikasi dan ketahanan kita sebagai PR” (I-3)

Begitupula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menjelaskan bahwa sebagai seorang PR tentunya harus bisa melewati rintangan dan perjuangan dalam menjalankan tugas sebagai public relations dimana seorang PR harus bisa survive dan tidak mudah menyerah. Berikut penjelasan informan 4 :

“ya sebagai PR dari agency kecil ke perusahaan besar ya harus survive sih jadi jangan gampang nyerah gitu loh sama tekanan atau permasalahan yang ada.” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 mengenai pendapat representasi tugas dan fungsi PR dalam serial Race, apakah ada kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan nyata ia menyatakan banyak kesamaan. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa serial Race cukup merepresentasikan tugas dan fungsi PR sesuai dengan kehidupan informan 1. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo ini sih aku liat cukup banyak kesamaan ya karena kan hmm sama sama sebagai praktisi PR meski memang kalo di dalam drama bakal di bumbuin hal hal yang lebih ya lebih menarik lah untuk konflik drama itu sendiri. tapi so far kalo untuk tugas dan fungsi PR in general serial Race itu sudah cukup merepresentasikan apa yang terjadi di industri PR.” (I-1)

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan bahwa representasi tugas dan fungsi PR di serial Race sama dengan kehidupan nyata informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo itu sih sama ya, jadi memang kita bikin release, kita bikin talking points, kita edit release kita, kita review release kita, kita kerjasama dengan middle complaints dan public policy untuk release kita sebelum release kita disebar, kita kerjasama dengan media, kita bikin event terus abis itu kita bikin strategi event, kita undang media ke event kita, kita treat media sebaik mungkin, kita maintain relationship, apalagi ya banyak sih PR itu intinya adalah jembatan antara perusahaan dengan publik. Jadi ya setelah aku nonton serial itu, aku ngerasa sama kok apa yang aku kerjakan sesuai dengan apa yang ada di serial Race, karena PR pasti memang ngelakuin itu. Apa yang sudah aku jelasin tadi kan tergambar juga ya hehe di serial race” (I-3)

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menjelaskan bahwa representasi tugas dan fungsi PR di serial Race sama dengan kehidupan nyata informan 4 namun perbedaannya hanya di bidang perusahaan dimana informan 4 bekerja di pemerintahan. Berikut penjelasan informan 4 :

“hm ya paling kalo kesamaan nya ya gitu mell, yaa bener kalo di race itu kan dia ada kaya ngelakuin tugas mengenai hubungan media dan penempatan media kan yang berhubungan baik dengan media massa maupun media online nah iya itu bener mel, yang di race itu bener ada lah pendekatan dan berhubungan dengan jurnalis itu bener mungkin dengan wartawan gitu, lalu melakukan publisitas itu melalui media sosial nah itu kan sama ya di serial race itu kemudian ee riset juga ya tim PR melakukan riset yang sama dengan yang ada di serial, kadang kita sampe turun ke lapangan buat riset, lalu bertemu dengan dinas dinas terkait nah dari yang saya tonton memang mirip tuh menurut saya dengan serial Race, paling ya perbedaannya ya karena itu dia kan di PR Joa itu bentuknya adalah agency yang artinya punya branding nya itu bermacam macam klien gitu kan nah beda beda biasanya, kalo kita kan yang perlu di branding nomor 1 ya itu pemerintah kota tangerang selatan gitu. paling ya perbedaannya ya karena itu dia kan di PR Joa itu bentuknya adalah agency yang artinya punya branding nya itu bermacam macam klien gitu kan nah beda beda biasanya, kalo kita kan yang perlu di branding nomor 1 ya itu pemerintah kota tangerang selatan gitu. untuk pekerjaan tugas dan fungsi lainnya ya kurang lebih sama seperti riset juga, hubungan media, publisitas buat media massa dan media sosial itu juga sama kemudian untuk management nya dan training” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 mengenai perjuangan dan perjalanan selama menjalani tugas sebagai PR. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 bahwa menghadapi tekanan dan tenggat waktu sangat susah. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm kalo menghadapi tekanan dan tenggat waktu mungkin awalnya itu susah banget ya tapi karena dari awal itu bekerja as PR jadi sudah terbiasa banget dengan deadline dan jam kerja nya dan tanggung jawab responsibility as a PR. Dan ya yang di race cukup menggambarkan bahwa itu PR banget loh yang jam kerja nya gak sesuai hehe” (I-1)

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan mengenai perjuangan dan perjalanan selama menjalani tugas sebagai PR yakni jam kerja yang tidak sesuai. Berikut penjelasan infroman 3 :

“sebagai PR inhouse ya gak terlalu ada tekanan sih .Kalo jam kerja yang gak sesuai sih memang” (I-3)

Begitu pula halnya dengan informan 4. Informan 4 menjelaskan mengenai perjuangan dan perjalanan selama menjalani tugas sebagai PR yakni jam kerja yang tidak sesuai dan jarang sekali libur. Berikut penjelasan informan 4 :

“Nah kalo disini sebagai PR tanggal merah tuh sebenarnya gak masuk ke kantor tapi tetap bekerja dari rumah hahaha ya sama kaya si serial race itu apalagi kaya misalnya teman saya itu ya bahkan sampe malem itu apalagi kalo di telpon butuh informasi mengenai sesuatu gitu jadi apa ya gak ada waktu istirahat, gada waktu libur jadinya. Kalo di serial race dengan kehidupan saya sih ya memang benar hari libur tetap bekerja hahaha” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 mengenai pentingnya hubungan antara agency dengan media atau klien. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 bahwa berhubungan dengan media atau klien sangat wajar karena harus memberikan service terbaik. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm menurutku iya ya, karena kita sebagai agency dan klien handling kita pasti harus selalu kasih service” (I-1)

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 menjelaskan pentingnya hubungan dengan media atau klien sangat wajar karena akan membantu kesuksesan projek kedepannya. Berikut penjelasan informan 3 :

“Hmm menurutku relate sih itu, karena aku dengan klien dan media saja sangat berhubungan baik, kita sering minum minum, makan bareng, ngopi. Apalagi kan si agency itu kan yang ngehandle produk dari Seyong ya jadi kita pasti harus kasih service yang baik, dan menjaga hubungan yang baik agar bisa sukses di projek tersebut. Wajar sih kalo kita dekat sama klien karena itu juga akan membantu kita, kita bisa diskusi kaya bagaimana ini kedepannya, diskusi mengenai riset, permasalahan yang ada, apakah objektifnya sudah tercapai” (I-3)

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menjelaskan pentingnya hubungan dengan media atau klien sangat wajar karena saling membutuhkan.

“hmm berhubungan baik dengan media itu wajar sih karena PR ini memang berhubungan nya kan sama media, sama jurnalis. Mau itu media massa maupun media online, PR pemerintah ini memang akan terusan berhadapan dengan media dan jurnalis gitu sih mel. Ketika saya nonton race ini memang menggambarkan sisi realitas PR di perusahaan yaa karena ya itu hubungan PR dengan divisi lain harus baik, dan yang dilakukan pemeran utama itu benar kok tetap menjaga hubungan baik apalagi dengan klien gitu mell” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 bahwa setuju setiap perusahaan pasti akan ada persaingan tergantung individu lainnya menanggapi seperti apa seperti persaingan yang digambarkan di serial Race. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading . sebagaimana yang dinyatakan pada informan 1. Berikut penjelasan informan 1 :

“hmm menurutku kalo persaingan itu justru bukan dari bukan diciptakan atau terbentuk dari ekosistem kalo bersaing itu pasti kita bersaing ya kaya di seluruh aspek pekerjaan itu itu pasti ada saingannya begitu kaya misalkan HR pasti ada another HR yang lebih kompeten” (I-1)

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 setuju bahwa setiap perusahaan pasti akan ada persaingan tergantung individu tiap orang. Berikut penjelasan informan 3 :

“oke kalo terkait persaingan menurut ku ga cuman di dunia PR ya, all company pasti juga ada persaingan misalnya naik jabatan dan sebagai macem itu sebenarnya di semua perusahaan ada, persaingan bisnis, antara satu bisnis dengan bisnis lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk mendapatkan kolaborasi dengan produk atau misalnya dengan brand lain atau dengan perusahaan lain juga itu pasti ada, kalo secara internal menurutku itu semua kembali kepada individu masing – masing si sebenarnya, karena kita gak bisa bilang bagaimana cara mengatasi itu menurut ku itu gak bisa diatasi” (I-3)

Begitu pula halnya dengan informan 4 yang menyatakan setuju bahwa persaingan antar humas terjadi mengenai pembuatan konten atau pembuatan artikel. Berikut penjelasan informan 4 :

“biasanya kan kalo PR PR atau humas humas itu ada namanya APRI atau ikatan humas pemerintah begitu nah paling dari situ suka ada lomba lomba pembuatan konten atau pembuatan artikel artikel dari situ sih baru persaingan, lomba lomba gitu. Jadi kalo untuk mengatasi persaingan ya sebenarnya tergantung penilaian masing masing menganggap hal tersebut persaingan atau bukan begitu, kalo perlombaan ya paling saingannya kaya begitu saja.” (I-4)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 bahwa setuju mengenai penggambaran perjuangan yang kompetitif di serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

“Kalau teman se tim aku sih aku merasa memang mereka kompetitif dalam bekerja ya karena mau capai target gitu loh jadi ya harus berusaha“ (I-1)

Sama seperti halnya informan 1. Infroman 3 juga setuju mengenai penggambaran perjuangan yang kompetitif karena informan 3 merasakan hal yang dialami oleh ParkYoonjo harus berusaha membuktikan hasil kerjanya. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmmm kalo untuk praktisi PR ya kan si cewe nya itu awalnay di rendahin ya sama tim Seyong tapi ternyata dia sukses buat celltics jadi meningkat, itu itu kan perlu perjuangan yaa dan akhirnya dia

dipercaya oleh atasannya. Hmm untuk contohnya apa yaa gini deh aku gak bisa sebutin perusahaan nya ya. Jadi ada perusahaan yang memang reputasi nya jelek dan penjualan nya menurun, aku coba diskusi dengan pemilik perusahaan tersebut untuk memberikan ide dan solusi bagaimana sih supaya permasalahan ini selesai ya kan, lalu sempat di tentang juga oleh pihak dari manajemen perusahaan nya, cuman aku dan tim meyakinkan bahwa ini akan berhasil loh dengan cara ini akan berhasil gitu, nah akhirnya kita coba cuman awalnya aku takut karena kaya pihak manajemen nya tuhh gayakin ke kita gitu tapi ternyataaa hasilnya bawa dampak yang baik, penjualannya naik” (I-3)

Begitu pula halnya dengan informan 4 yang setuju mengenai penggambaran perjuangan yang kompetitif dan merasa tidak keberatan jika ada rekan kerja yang kompetitif. Berikut penjelasan informan 4 :

“Nah kalo karakter yang kompetitif, berjuang begitu ya pasti ada disini juga ada yang ingin berjuang kompetitif, kalo saya justru senang karena saya gak kompetitif hahaha jadi justru malah jadi semangat dalam mengerjakan pekerjaan gitu dan selesai nya dikita nya jadi lebih mudah kalo buat saya. Orang kompetitif itu bukan karena penilaian juga ya, tapi saya gak masalah sih malah justru penilaian itu kan tergantung dari jumlah output yang kita hasilkan, biasanya kan outputnya lebih banyak dari si kompetitif itu yaa jadi kalo saya pribadi justru senang orang – orang yang kaya gitu, karena saya sendiri merasa kebantu dengan si kompetitif itu hahahaha. Ya tiap profesi pasti ada lah yang kompetitif, bukan cuman di serial saja, jadi yang di serial race itu menggambarkan yang terjadi di dunia nyata mell hahaha” (I-4)

b. Posisi Oposisi

Berbeda dengan informan 1, informan 3, dan informan 4. Informan 2 masuk ke dalam posisi pemaknaan oppositional reading. Informan 2 ragu mengatakan setuju mengenai pesan yang disampaikan di serial Race namun ada banyak yang tidak sesuai dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“kaya pesan yang ingin disampaikan kaya mau ngegambarin pekerjaan public relations seperti tugas dan fungsinya tapi ya ditambahin dengan bumbu bumbu konflik. jadi kaya aku lebih ditunjukin kaya dia menghadapi berbagai macam masalah yang menurut aku sebenarnya gak begitu begitu banget maksudnya kaya di Indonesia itu gak seperti itu begitu loh kenyataannya ada perbedaan yang menonjol begitu” (I-2)

Sementara terkait dengan konflik yaitu mengenai pitching dimana pada serial tidak fair dan tidak sesuai dengan yang dialami informan 2. Ketika pitching tidak sampai 3 pihak terlibat. Berikut penjelasan informan 2 :

“waktu dimana dia ada scene adegan dimana dia itu dipercaya buat presentasiin ide nya didepan apa namanya petinggi petinggi seyong begitu kan untuk strategi promosi tapi kemudian sudah ditentukan pemenangnya siapa begitu loh itu kaya menurutku disini kejadian tapi jarang, kalo disini itu lebih fair cara mainnya itu lebih fair ya kaya misalkan kita pitching terus ide kita memang bagus dan efektif terus promotif dan menjawab permasalahan begitu ya solubtif lah ibaratnya itu itu pasti bakalan terpilih begitu loh dan menurut aku juga apa ya sebenarnya kalo kita lagi pitching pitching begitu sih gak sampe 3 pihak yang terlibat begitu loh” (I-2)

Selanjutnya informan 2 menyetujui mengenai hubungan baik dengan media, namun yang digambarkan pada serial Race terdapat media yang selalu ingin meliput mengenai perusahaan. Informan 2

menyatakan bahwa penggambaran tersebut di serial Race berlebihan tidak sesuai dengan kenyataan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“aku sih setuju ya maksudnya kaya ada perdebatan soal efektifitas strategi publisitas nya begitu loh begitu sih, terus kaya kemudian konflik sama media yang awal – awal scene banget ya kan kaya aku itu bingung begitu loh kaya disana itu konflik sama media nya itu kaya terkesan media tuuh peduli banget sama perusahaan padahal sebenarnya engga kok, orang jurnalis juga kalo engga kita kejar kejar dia gabakalan peduli sama apa ya eee aktifitas kita kemudian program program dikantor kita gitu loh.” (I-2)

Selanjutnya informan 2 menjelaskan bahwa adanya perbedaan dalam menjalin hubungan dengan media seperti yang digambarkan pada serial Race yaitu dengan minum – minum bersama wartawan atau reporter, namun informan 2 merasakan ada perbedaan pendataan untuk menjalin hubungan dengan media. Berikut penjelasan informan 2 :

“menjalin hubungan dengan media itu kalo di Korea kan di film Race dengan di Indonesia itu sangat berbeda, kalo dari korea itu mungkin karena budaya nya bebas ya walaupun kita sama sama budaya timur tapi kalo aku lihat itu kalo korea kaya lebih bebas saja kan kaya ada itu namanya agenda minum minum sama wartawan, minum minum sama reporter, begitu tuhh ada kalo kita tuhh gak minum minum tapi pendekatannya lebih ke ada acara perjamuan makan siang sama media tuhh ada namanya media lunch itu tuhh ada dan aku paling suka sama job itu karena kita hanya makan disitu” (I-2)

Informan 2 juga menjelaskan bahwa tidak adanya persaingan yang kompetitif antar praktisi PR, seperti yang digambarkan pada serial Race. Berikut penjelasan informan 2 :

“Jadi kalo persaingan antar brand atau antar pelaku pelaku praktisi praktisi PR atau agency itu udah engga ini sih engga apa namanya ga kompetitif sih karena malah kita saling kolaborasi gitu loh, karena kita tergabung dalam APRI kan jadi kita malah saling support saling membantu jadi sudah kaya gada rebutan rebutan klien itu itu sebenarnya sudah sangat jarang ditemukan sih” (I-2)

Selanjutnya, informan 2 menyetujui bahwa representasi tugas dan fungsi PR di serial Race namun ia memiliki pendapat lain mengenai cara penerapan tugas dan fungsi tersebut, dimana ada perbedaan mengenai lobbying dan pitching. Berikut penjelasan informan 2 :

“ya kaya yang aku bilang tadi, ada perbedaan terletak di faktor budaya ya jadi budaya di Korea mungkin lebih bebas walaupun sama sama asia tapi mereka tuhh aku rasa lebih fleksibel lebih bebas dalam menentukan cara cara ngelobby media, ngelobby klien, ngelobby atasan, ngelobby pihak pihak ketiga gitu loh jadi menurutku kalo di Indonesia itu kan kita terikat sama yang namanya norma budaya tatakrama begitu begitu kan nah itu sangat sangat penting lah apalagi di beberapa daerah kaya misalnya di jawa atau di daerah daerah sumatera begitu kan masih sangat memegang erat memegang teguh nilai budaya kan nah itu itu kita perhatiin juga jadi kaya gabisa tuhh kaya kita ngelobby media dengan cara cara kaya yang minum minum kaya yang aku bilang tadi makan malem sih masih relate” (I-2)

Selanjutnya, informan 2 tidak merasakan kesulitan menghadapi tantangan atau menjalani pekerjaan sebagai praktisi PR. Karena ia merasa bahwa menyukai bidang PR ini. berikut penjelasan informan 2 :

“Kalo menghadapi tekanan itu, aku sih mostly sekarang happy happy saja yaa, gak merasa tertekan dengan tenggat waktu yang ketat apa segala macam karena mungkin suka dengan pekerjaannya kali ya jadi aku merasa aku gak terbebani gitu loh kalo misalnya dikasih tantangan ini tantangan itu itu aku bisa enjoy, bisa menikmati bisa belajar lebih banyak lagi karena mungkin aku juga suka mengerjakannya begitu loh jadi aku merasa tertantang dan merasa bisa begitu loh” (I-2)

Kemudian, informan 2 menjelaskan bahwa penggambaran hubungan jurnalis atau reporter di serial Race dengan tim PR Seyong sangat berbeda, penggambaran tersebut dimana mereka pergi untuk minum – minum dan menceritakan mengenai permasalahan perusahaan di depan reporter tersebut seharusnya tidak dilakukan. Berikut penjelasan informan 2 :

“cuman untuk budaya kaya minum minum terus kemudian memisahkan hubungan profesional dengan hubungan pribadi tuh juga itu sih jadi penting ya jadi kaya kita tuh harus bisa memisahkan maksudnya kaya diluar kita sama klien kita ternyata temenan tapi saat pada bekerja walaupun dia teman kita tapi kita tetap harus bisa profesional harus bisa memenuhi kebutuhan yang dia butuhkan kita juga harus bisa menjaga kerahasiaan gitu loh paling” (I-2)

c. Faktor Kontekstual

Di dalam teori resepsi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memaknai sebuah pesan, yaitu sebagai berikut :

1. Gender

Penjelasan tentang latar belakang gender memang mempengaruhi pemaknaan seseorang terhadap penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations di serial Korea Race. Melalui hasil wawancara yang didapat dengan informan 1, informan 2, informan 3 dan informan 4. Terdapat kesamaan antar informan bahwa gender dapat mempengaruhi pemaknaan seseorang khususnya terkait penyampaian pesan terhadap tugas dan fungsi PR di serial Korea Race. Dari keseluruhan hasil wawancara oleh keempat informan yang ada dalam penelitian ini bahwa faktor kontekstual gender mempengaruhi informan dalam memaknai pesan terhadap tugas dan fungsi PR di serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

“ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.” (I-1)

Kemudian informan 2 memaknai pesan yang disampaikan pada serial Race bahwa isu yang diangkat sama mengenai ESG, isu tersebut concern di indoensia karena merupakan hal yang utama bagi perusahaan. Berikut penjelasan informan 2 :

“iyaa karena jujur saja isu isu yang diangkat itu isu yang sama ini sama yang lagi diangkat PR PR Indonesia yang lagi concern, praktisi praktisi PR Indonesia ini itu lagi concern banget sama ESG” (I-2)

Kemudian informan 3 memaknai pesan yang disampaikan dalam serial Race bahwa menampilkan tugas dan fungsi PR namun juga menggambarkan tantangan dan cara menangani tantangan tersebut. Berikut penjelasan informan 3 :

“hmmm kalo itu menurutku sih iya, cuman serial race ini gak terlalu nampilin banget terus terusan mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race

menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantang yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR begitu loh” (I-3)

Kemudian informan 4 memaknai pesan yang disampaikan dalam serial Race bahwa menampilkan tugas dan fungsi PR serta menggambarkan penyelesaian konflik pada serial Race. Berikut penjelasan informan 4 :

“ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan ada penyampaian mengenai tugas dan fungsi nya, penyelesaian konflik pun itukan merupakan tugas dari seorang PR” (I-4)

2. Budaya (Lingkungan Kerja)

Penjelasan mengenai latar belakang budaya di dalam lingkungan kerja dapat mempengaruhi seseorang terhadap pesan yang disampaikan cerita dalam serial Korea Race. Melalui hasil wawancara yang didapat dengan informan 1 bahwa cara melakukan penyelesaian management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan berkomunikasi dan berdiskusi. Berikut penjelasan informan 1 :

“kalo untuk manajemen konflik kebetulan karena aku belajar komunikasi bertahun – tahun, biasanya aku akan coba discuss, Kalau harus diselesaikan saat itu juga dan urgent, aku prefer untuk one on one session. Jadi kita ngobrol dan kita itu bisa menyampaikan pendapat atau apasih opini lo begitu” (I-1)

Sama seperti informan 1. Informan 2 juga menyetujui bahwa cara melakukan penyelesaian management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan berkomunikasi dan berdiskusi. Dengan begitu, diantara rekan kerja bisa saling mendukung dan membantu satu sama lain. berikut penjelasan informan 2 :

“sebagainya begitu ya itu tuh pasti kita tuker pikiran kita open banget dengan namanya diskusi gitu loh diskusi sama tim jadi kaya sudah saling support banget sih antara aku dan rekan kerja lain itu gak ada namanya egosentris” (I-2)

Sama seperti informan 2. Informan 3 juga menyetujui bahwa cara melakukan penyelesaian management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan berkomunikasi dan berdiskusi. Dengan begitu bisa saling mengetahui keinginan satu sama lain. berikut penjelasan informan 3 :

“konflik tapi levelnya seperti apa itu biasanya akan kita levering kalo dia masih cuman sekedar level level rendah ya, kaya ohh aku lebih seneng seperti ini itu preferensi itu kita masih bisa obrolin di meeting biasanya nah sebenarnya kunci dari PR itu adalah ngobrol, hmm apapun ceritanya PR itu ngobrol jadi ketika kita mengalami konflik antara rekan kerja ya kita ngobrol kita siapin waktu kita ajak mereka untuk call ya kita obrol soal ini yuk diskus saja sebentar” (I-3)

Sama seperti informan 3. Informan 4 juga menyetujui bahwa cara melakukan penyelesaian management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan berdiskusi dengan tim agar permasalahan cepat selesai. Berikut penjelasan informan 4 :

“masuknya kesinii, ya perdebatan kaya begitu saja sih kaya ini harusnya dibagian inii, nah nanti dari pihak lain akan memberitahukan bahwa seharusnya kaya gini loh, masalah ini harusnya diambil jalan tengahnya dan diskusikan, paling gituu sih.” (I-4)

3. Pendidikan

Penjelasan mengenai latar belakang pendidikan dapat mempengaruhi pemaknaan seseorang terhadap pesan yang disampaikan cerita dalam serial Korea Race. Melalui hasil wawancara yang didapat dengan informan 1 bahwa yang ia ketahui mengenai kode etik public relations dimana harus bisa mengetahui apa yang harus didahulukan antara idelitas diri sendiri atau kepentingan perusahaan. Berikut penjelasan informan 1 :

“dari diri kita sendiri itu sudah bisa tahu mana yang jadi prioritas kita mana yang bisa kita dahulukan nilai nilai idealitas kita atau kepentingan perusahaan begitu, mana yang lebih besar manfaatnya kalau misalkan kita implementasikan buat bareng – bareng buat publikasi yang positif buat generate reputasi yang lebih baik lagi mana yang lebih bisa didahulukan” (I-1)

Sama seperti informan 1. Informan 2 yang ia ketahui mengenai kode etik PR dimana kode etik tersebut merupakan pegangan untuk menjalankan pekerjaan sebagai PR. Berikut penjelasan informan 2 :

“maksudnya kita tahu lah kalo kita itu terikat dengan kode etik gituu loh walaupun sebenarnya dalam beberapa hal kadang kadang kode etik itu kita bisa tetap taat tetap patuh sama kode etik cuman kita juga harus tetap memperhatikan kebutuhan klien dan situasi yang ada gituu cumann kembali kita ke kode etik sih misalnya kaya kita harus jujur dalam menyampaikan informasi gituu itu itu sudah paling penting kita gak boleh memperparah konflik dengan untuk mengambil keuntungan sendiri begitu” (I-2)

Berbeda dengan informan 2. Informan 3 bukan merupakan lulusan ilmu komunikasi melainkan lulusan manajemen, sehingga tidak mengetahui mengenai kode etik PR. Namun informan 3 menjelaskan bahwa selama menjadi PR tidak membocorkan rahasia ke pihak lain. berikut penjelasan informan 3 :

“hmm kode etik PR yaa, okee as a context aku bukan anak PR aku bukan anak ilmu komunikasi jadi sebagai praktisi PR aku itu learning by doing, kalo di dalem kode etik PR jujur aku gak tahu kode etik PR itu bagaimana, jadi aku gatau apa namanya kode etik PR seperti apa kalo dalam teori nya gituu ya tapi yang bisa aku tawarkan adalah selama aku menjalani PR itu ya kita tidak user blowing yang pertama jadi misalnya kita bilang A di komunikasi company kita tapi ternyata kita juga misalnya lets say bikin akun lagi yang lain untuk cepu ya jangan lah tidak boleh lah yakan atau misalnya kita cepu ke company lain ya gak boleh dong begitu kan, terus as a PR ya we have to kita harus selalu berusaha untuk menyampaikan key message kita sih yang menciptakan citra baik dari company kita gituu dan apa namanya aku juga belum pernah sih sampe kaya berada di kondisi yang menyalahi etik begitu yaa company nya jadi kayanya aku gak bisa komen banyak deh soal ini.” (I-3)

Sama seperti informan 2. Informan 4 menjelaskan bahwa kode etik PR digunakan agar profesi tersebut tetap pada jalurnya dan tidak melanggar aturan yang ada. berikut penjelasan informan 4 :

“kode etik itu kan dibuat adalah untuk eee apa ya supaya profesi itu tetap pada jalurnya gituu. kalo di PR kan kode etik PR adalah tentang ya kita memang untuk ngebranding kota begitu ngebranding pemerintah daerah begitu jadi yaa gimanapun menurut saya memang harus mengacu pada kode etik ituu karena kan ini terkait dengan profesi yaa dan memang harus profesional gituu.” (I-4)

4. Pengalaman

Penjelasan mengenai latar belakang pengalaman berdasarkan lingkungan sosial dapat mempengaruhi pemaknaan seseorang terhadap pesan yang menceritakan tugas dan fungsi public relations di serial Korea Race. Melalui hasil wawancara dengan keempat informan bahwa memiliki pengalaman yang sama termasuk pengalaman dalam memaknai pesan yang menceritakan tugas dan fungsi public relations. Ketiga informan memiliki pengalaman yaitu sering menangani konferensi pers. Sedangkan 1 informan jarang melaksanakan dan kurang terlibat dalam melaksanakan konferensi pers. Berikut penjelasan informan 1 :

“aaahh iyaa, terlibat tentunya karena sebagai praktisi PR kita itu harus bisa handle bahkan mengorganisir pressconfrenc tapi mungkin yang beda adalah beban pekerja dan segi tanggung jawab nya ya dari awal aku dari PR officer itu pressconfren yang aku kerjakan memang one man standing jadi hmm di desain sendiri tapi dari segi skala pun itu beda” (I-1)

Sama seperti informan 1. Informan 2 memiliki pengalaman dalam keterlibatan nya merencanakan dan melaksanakan konferensi pers. Berikut penjelasan informan 2 :

“iyaa, kalo dibilang terlibat sih memang terlibat sih karena memang aku yang handle proyek ini dari hulu ke hilir nya. jadi kita itu harus tahu juga mengkategorisasikan media media apa saja sih yang mau kita undang gitu loh misalnya kaya cetak apakah cetak ada yang bisa diundang atau mau online saja atau mau tv juga. Nah misalnya kaya bikin talking points nya jadi kaya kita itu harus bisa ngasih tahu ke klien ini loh yang harus lo omongin begitu. kemudiann menyerahkan yaa souvenir gitu ya namanya presskit, mediakit nah itu” (I-2)

Sama seperti informan 2. Informan 3 juga memiliki pengalaman dalam keterlibatan nya merencanakan dan melaksanakan konferensi pers untuk launching produk crypto. Berikut penjelasan informan 3 :

“kalo untuk acara itu biasanya end to end, kalo terlibat pernah juga kalo untuk konferensi pers dulu waktu kita ada launching crypto revolution terus habis itu konferensi pers ketika kita dapet standing terus event nya itu brand sport itu kalo event yang kita ada booth ya, kalo event lainnya biasanya punya event bareng kaya lunchend begitu” (I-3)

Berbeda dengan informan 1, informan 2 dan informan 3 dimana keterlibatan mereka dalam konferensi pers dari awal hingga akhir. Sedangkan informan 4 ini jarang melaksanakan konferensi pers karena berada di bawah naungan pemerintahan. Konferensi pers hanya dilakukan 1 – 2 kali dalam setahun dan tugas informan 4 hanya memobilisasi media yang ingin diundang. Berikut penjelasan informan 4 :

“hmm ohh iya itu kalo konferensi pers untuk pemerintah daerah itu sangat jarang ya biasanya ee langsung turun saja ke lapangan. biasanya kalo konpers kan meja gitu di tata terus depan depan nya media media kan nah kalo kita engga seperti ituu sifatnya gak seperti ituu eee konpers itu paling setahun bisa kaya sekali dua kali ya. Cuma untuk mobilisasi media massa itu biasanya dari kita memang, kita mengundang media massa khusus untuk tangerang selatan. dari tim PR paling membantu mobilisasi untuk media massa nya saja gituu sih.” (I-4)



PUTRI AMELIA EFENDI

085691078715 | putriameliaef18@gmail.com | https://www.linkedin.com/in/putri-amelia-efendi_JL.KUD
RT.001 / RW.05, Kel Sudimara Jaya, Kec Ciledug, Tangerang, Banten 15151

Lulusan S1 Ilmu Komunikasi dari Universitas Pembangunan Jaya dengan spesialisasi bidang Public Relations. Selama masa studi saya, saya telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan mendalam dalam komunikasi strategis, pengelolaan hubungan media, dan manajemen krisis. Saya memiliki pengalaman praktis melalui berbagai proyek dan magang, di mana saya berhasil mengembangkan kampanye PR yang kreatif dan efektif, serta berkontribusi dalam membangun dan memelihara citra positif untuk berbagai klien. Saya dikenal sebagai individu yang proaktif, berorientasi pada detail, dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Saya bersemangat untuk menerapkan keterampilan yang telah saya pelajari dalam lingkungan profesional dan berkontribusi secara signifikan dalam mengelola hubungan masyarakat dan strategi komunikasi perusahaan. Dengan keterampilan analisis yang kuat dan kreativitas yang tinggi, saya siap untuk menghadapi tantangan dan memberikan solusi yang inovatif dalam bidang Public Relations.

Pengalaman

Karang Taruna - Tangerang

Jul 2020 - Sep 2021

Anggota divisi Hubungan Masyarakat

- Membuat kegiatan bermanfaat untuk masyarakat yang diikuti oleh satu kelurahan
- Bertanggung jawab dalam kegiatan - kegiatan yang dilakukan
- Menyusun rundown acara
- Memberikan informasi yang diperlukan untuk masyarakat
- Mengelola komunikasi yang baik antara masyarakat dengan anggota karang taruna
- Mendukung program - program sosial dan pengabdian masyarakat
- Menyusun laporan dan evaluasi

LadiesFirst.Id - Universitas Pembangunan Jaya

Sep 2022 - Dec 2022

Anggota

- Melakukan brainstorming dan membuat konsep kegiatan
- Mendapatkan nilai ujian akhir sebesar 90
- Membuat content plan sosial media dan web
- Membuat podcast dan bertanggung jawab untuk edit podcast
- Bertanggung jawab terhadap sosial media
- Membuat desain terkait LadiesFirst.Id

Creature 2023 - Universitas Pembangunan Jaya

Feb 2023 - May 2023

Anggota Divisi Sponsorship

- Menghubungi dan berhubungan baik dengan perusahaan
- Bekerja sama dengan berbagai perusahaan
- Mencapai target sponsorship
- Membantu memenuhi keuangan event
- Membuat MoU dan Proposal Sponsorship
- Bertanggung jawab dengan barter value yang ingin diberikan untuk perusahaan

Account Executive Intern - PT. Doxadigital Indonesia

Juni 2023 - Des 2023

- Menyusun laporan harian, mingguan atau bulanan terkait perkembangan proyek dan aktivitas klien
- Menghubungi perusahaan dan mengikuti meeting konsultasi dengan klien yang membutuhkan jasa marketing
- Menjaga komunikasi yang baik dengan klien dan menjawab pertanyaan klien
- Membantu Account executive dalam mengelola akun klien sehari - hari
- Membantu pelaksanaan event dan berkoordinasi dengan tim internal
- Membantu dalam pembuatan proposal bisnis dan presentasi untuk klien potensial
- Mengumpulkan informasi yang relevan untuk mendukung proposal

KOL Specialist Intern - PT. Doxadigital Indonesia

Juni 2023 - Des 2023

- Melakukan penelitian untuk mengidentifikasi KOL yang relevan dengan brand atau campaign
- Memantau kinerja KOL selama kampanye, termasuk engagement rate, reach dan konversi
- Membantu dalam negosiasi biaya dan terms of service dengan KOL
- Membuat dan memelihara database KOL yang berisi informasi kontak, demografi, dan riwayat kolaborasi
- Mengkomunikasikan brief kampanye, tujuan, dan ekspektasi kepada KOL
- Menganalisis profil KOL untuk memastikan kesesuaian dengan target audiens dan nilai brand
- Mengupdate database secara berkala dengan informasi terbaru

Petugas KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara) - Komisi Pemilihan Umum (KPU)

Jan 2024 - Mar 2024

Anggota KPPS 2 - Pemilihan Pemilu Presiden 2024

- Mengelola dan memastikan proses pemilihan berjalan lancar, melakukan penghitungan suara dengan teliti dan terlibat dalam pelaporan hasil pemilihan kepada instansi terkait sesuai dengan prosedur yang berlaku
- Mendata warga yang berhak memilih dan memberikan undangan
- Membantu dalam proses penghitungan suara dan pelaporan hasil pemilu
- Bertanggung jawab dalam proses pengorganisasian pemungutan suara pada hari pemilihan, termasuk persiapan dan penyelesaian tugas dengan cermat

Pendidikan

Universitas Pembangunan Jaya - Tangerang Selatan

2020 - 2024

SMAN 12 - Tangerang

2017 - 2020

Keahlian

- | | |
|--|------------------------|
| - Teamwork | - Manajemen waktu |
| - Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint) | - Berfikir Kritis |
| - Public Speaking | - Bertanggung Jawab |
| - Canva, CapCut dan VN | - Disiplin |
| - Content Writing/Copy Writer | - Mampu Bersosialisasi |
| - Penelitian dan Analisis | |



hima_{km}

fhb_{km}

SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Putri Amelia Efendi

Sebagai

PESERTA

Latihan Dasar Kepemimpinan COMPLETE "Creator"
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Pembangunan Jaya
22, 25 – 26 Januari 2022









Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Naurissa Blasini, S.Si., M.I.Kom

Dekan Fakultas Humaniora & Bisnis

Clara Evi C. Citraningtyas, Ph.D

NIM	2020041114	Nama Mahasiswa	PUTRI AMELIA EFENDI
Program Studi	Ilmu Komunikasi	Jenis TA	Skripsi
Periode Mulai	2023/2024 Genap	SKS Lulus	148 SKS
Tgl. Mulai	2 Mei 2024	Judul Tugas Akhir	PEMAKNAAN PENONTON TERHADAP TUGAS DAN FUNGSI KONSULTAN PUBLIC RELATIONS (Analisis Resepsi pada Serial Korea "Race" oleh Praktisi Public Relations di Wilayah Jabodetabek)

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	6 Februari 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	Pengisian BAB 1	✓	
2	16 Februari 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	Pengecekan BAB 1	✓	
3	15 Maret 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	Bab 2 dan Bab 3	✓	
4	20 Maret 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	Revisi Bab 1 - 3	✓	
5	2 Mei 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	Revisi BAB 1 - 3	✓	
6	31 Mei 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	Hasil Wawancara Informan	✓	
7	5 Juni 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	Coding	✓	
8	10 Juni 2024	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom, M.I.Kom.	bab 4 dan bab 5	✓	

**FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA**

SPT-I/04/SOP-06/F-01

No. Berkas/...

Nama Mahasiswa : PUTRI AMELIA EFENDI
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2020041114
 Judul Skripsi/TA : Pemaknaan Penonton Terhadap Tugas dan Fungsi Konsultan Public Relations Pada Serial Korea "RACE" (Analisis Resepsi Pada Praktisi Public Relations di Wilayah Jabodetabek)

Dosen Pembimbing : 1. Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.
 : 2.

Dosen Penguji : 1. JAD :
 : 2. JAD :
 : 3. JAD :

Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal:

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	✓	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	✓	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	✓	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	✓	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	✓	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	✓	

Tangerang Selatan, 11 Juni 2024

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
Putri Amelia Efendi	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. Sri Wijayanti, S.Sos., M.Si.	Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.