

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Edelman merupakan perusahaan PR Konsultan yang bergerak di bidang jasa serta membantu klien untuk mengembangkan (*evolve*), mempromosikan (*promote*), dan melindungi (*protect*) *brand* dan reputasi mereka. Berdasarkan sumber (<https://edelman.id/>), beberapa klien yang pernah bekerja sama dengan Edelman Indonesia, antara lain Bank Indonesia, Novo Nordisk, Spotify, dan MINI Cooper.

Berdasarkan wesbite resminya, Edelman mendefinisikan perusahaan mereka sebagai berikut “*We are a global communication marketing firm that partners with the world’s leading businesses and organization to evolve, promote, and protect their brands and reputations ...*”(<https://www.edelman.com/about-us>).

Perusahaan PR Konsultan Edelman menawarkan berbagai macam jasa bagi klien yang tidak memiliki divisi PR atau ingin dibantu dalam proyek PR mereka, dimana salah satu jasa yang disediakan oleh Edelman adalah *Media Monitoring*.

Menurut penulis, *Media Monitoring* atau Monitoring Media penting dilakukan oleh praktisi Humas setiap lembaga atau organisasi atau perusahaan untuk mengetahui *trend* isu dan arah isu pemberitaan yang dapat berpengaruh terhadap mereka. Oleh karena itu, perusahaan PR Konsultan Edelman pun menyediakan jasa *Media Monitoring* bagi para klien yang ingin memantau isu atau informasi yang sedang berkembang di media, khususnya media cetak (surat kabar dan majalah) dan media *online* (portal berita).

Edelman sendiri memiliki lebih dari 65 cabang yang tersebar di seluruh dunia, mulai dari Eropa, Amerika Serikat, Kanada, Afrika, Timur Tengah, sampai Asia Pasifik, termasuk Indonesia. Edelman Indonesia memiliki dua divisi utama, yaitu *Brand* dan *Reputation*. Monitoring Media sendiri dilakukan oleh Tim *Intelligence* yang berada di bawah Divisi *Brand*. Tim *Intelligence* Bidang Monitoring terbagi menjadi dua, yaitu *Tracker* dan *Editorial Assistant*.

Salah satu tugas *Tracker* adalah menganalisis setiap surat kabar, majalah, dan portal berita yang mengandung *keywords* atau kata – kata kunci yang sesuai dengan *Media Monitoring Brief* dari masing – masing klien dan berdasarkan *media list* atau media – media yang ditentukan oleh mereka.

Media Monitoring Brief mengandung informasi – informasi penting yang menjadi pedoman para *Trackers* dalam memonitor media klien. Informasi penting tersebut antara lain berisi tentang batas waktu untuk *article tracking* dan pengiriman laporan kepada klien, daftar *keywords* atau kata – kata kunci yang harus dimonitor, dll. (akan dibahas lebih lanjut pada BAB IV PEMBAHASAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN).

Salah satu tugas *Editorial Assistant* adalah membuat *summary* atau ringkasan dalam Bahasa Inggris dari semua artikel media yang telah melalui tahap penyortiran oleh para *Trackers* serta menentukan *tone* pemberitaannya (negatif, netral atau positif) yang nantinya akan dikirim kepada klien dalam bentuk laporan dan disertakan dengan *media alert*-nya. *Summary* yang dibuat harus diisi pada *template* yang sudah ditentukan.

Ada tiga kategori yang dimasukkan ke dalam *template* pembuatan *summary*, yaitu *Direct Mention category* yang kontennya menyebut nama klien atau publik internalnya (khususnya *Top Management*), *Competitor category* yang kontennya menyebut nama kompetitor klien, dan *Industry category* yang kontennya menyebut peran pemerintah yang memiliki dampak terhadap klien atau sekedar menyebut tren industri atau sektor yang sedang berkembang atau “hangat” di masyarakat, dimana klien menjalankan bisnisnya.

Gambar 1.1

Contoh *Template* untuk Pembuatan *Summary*

Daily Media Monitoring, Wuling
March xx, 2018
Page 1 of 1

ZENO

Daily Media Monitoring
Wuling
Date: March xx, 2018

Direct Mentions:

Date	Publication	Page	Headline	Tone	Summary

Competitors:

Date	Publication	Page	Headline	Tone	Summary
-	-	-	-	-	-

Industry:

Date	Publication	Page	Headline	Tone	Summary
-	-	-	-	-	-

Sumber: Edelman Indonesia

Edelman Indonesia memiliki *sister company* yang bernama Zeno Indonesia, dimana beberapa kegiatan Monitoring Media dari klien Zeno Indonesia dibantu oleh Bidang Monitoring Tim *Intelligence Divisi Brand* Edelman Indonesia. Selama praktik kerja lapangan, penulis pun membantu memonitor media dari klien Edelman Indonesia dan Zeno Indonesia.

1.2 Topik Laporan

Monitoring Media merupakan salah satu aktivitas yang biasa dilakukan oleh para praktisi Humas dalam suatu perusahaan atau organisasi dengan cara mengikuti setiap pemberitaan terkait dengan isu – isu yang sedang berkembang di masyarakat.

Penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja lapangan di bagian Monitoring Media, khususnya di perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia, karena penulis ingin belajar bagaimana sistem bekerja perusahaan PR konsultan dalam memonitor media klien, serta penulis sangat ingin untuk meningkatkan keterampilan menulisnya dalam Bahasa Inggris melalui pembuatan *summary* atau ringkasan dari artikel media. Selain itu, penulis juga ingin belajar cara bekerja dengan *tight deadline* di Bidang Monitoring Tim *Intelligence* perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang penulis pilih yaitu “**Monitoring Media di Divisi *Brand* Perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia.**”

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Adapun tujuan dari Praktik Kerja Lapangan ini adalah:

1. Mengetahui dan mempelajari praktik Monitoring Media yang dilakukan oleh Bidang Monitoring Tim *Intelligence* Divisi *Brand* perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia.

2. Turut serta membantu para *Trackers* untuk memantau surat kabar yang mengandung *keywords* atau kata – kata kunci yang sudah ditentukan oleh klien.
3. Turut serta membantu para *Editorial Assistants* untuk membuat *summary* atau ringkasan dari media yang telah melalui tahap penyortiran ataupun kegiatan lainnya yang dilakukan oleh Bidang Monitoring Tim *Intelligence Divisi Brand* perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia.

1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Manfaat dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini bagi penulis adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini adalah:

1. Menjadi bahan referensi yang dapat digunakan oleh para mahasiswa yang ingin melakukan Praktik Kerja Lapangan di bagian Monitoring Media.
2. Mendapatkan pengetahuan mengenai praktik Monitoring Media di perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini adalah:

1. Mendapatkan pengalaman kerja di perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia.
2. Mempraktikkan materi – materi kuliah yang telah diperoleh dan dipelajari selama kuliah di Universitas Esa Unggul.

1.5 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja

Lapangan

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan pada Bidang Monitoring Tim *Intelligence Divisi Brand* di perusahaan PR Konsultan Edelman Indonesia yang berlokasi di Menara Sentraya, lantai 21, Jalan Iskandarsyah Raya 1A, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama tiga bulan, terhitung dari tanggal 5 Maret 2018 sampai dengan 4 Juni 2018. Setiap hari kerja Senin – Jumat mulai pukul 07.00 WIB – 16.00 WIB.