BAB 2

PELAKSANAAN PKL

2.1 Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan Di AsiaPR

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di AsiaPR, penulis berkesempatan untuk ikut berpartisipasi dalam Indonesia International Motor Show (IIMS) 2010.AsiaPR menangani banyak *brand*.Salah satunya adalah Toyota. Toyota adalah suatu perusahaan automotif ternama di Indonesia. Tahun 2010 merupakan kali ke-empat Toyota berpartisipasi dalam ajang Indonesia International Motor Show.

Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan diAsiaPR Jakarta, selama melakukan kegiatan kerja peraktek penulis melakukan kegiatan rutin dan tambahan (Insidentil).

Selama melakukan aktivitas di AsiaPR, penulis secara rutin melakukan kegiatan pengumpulan, pengolahan dan penyusunan data. Penulis juga banyak menerima pengarahan-pengarahan kerja , baik dari Pembimbing PKL , dan juga dari segenap staf AsiaPR, agar setiap tugas yang diberikan kepada penulis dapat terlaksana dengan baik.

Adapun berbagai macam kegiatan rutin maupun Insidentilil yang dilakukan penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di AsiaPR, tertera pada tabel berikut :

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

No.	Hari / Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	Senin, 05 Juli 2010	• Absen. • Pengenalan karyawan.	Rutin Insidentil
2.	Selasa, 06 Juli 2010	• Absen.	Rutin
3.	Rabu , 07 Juli 2010	• Absen. • Pengenalan dengan Bapak Silih Agung Wasesa selaku *Partner and Senior Consultant* AsiaPR.	Rutin Insidentil
4 .	Kamis , 08 Juli 2010	• Absen. • Mengikuti meeting untuk kelangsungan acara *Media Gathering* Toyota Pra-IIMS untuk tanggal 12 dan 13 Juli 2010. • Membuat *Minutes of Meeting.*	Rutin Insidentil Insidentil
5 .	Jumat, 09 Juli 2010	• Absen. • Pengecheck-an lokasi untuk acara Media *Gathering*	Rutin Insidentil

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

		Toyota Pra-IIMS 2010. • Mem-*follow up* undangan yang telah diundang.	Insidentil
6.	Sabtu ,10 Juli 2010	Libur	Libur
7.	Minggu, 11 Juli 2010	Libur	Libur
8.	Senin, 12 Juli 2010	• Absen. • Melakukan *check list* untuk acara. • Menghadiri acara, kemudian membagikan *goodie bags*. • *Meeting* untuk memeriksa kembali rundown acara Media *Gathering Forwin* Toyota Pra-IIMS 2010 yang berlangsung tanggal 13 Juli 2010. • Mem-*follw up* undangan yang telah diundang untuk acara Media *Gathering Forwin* Toyota Pra-IIMS 2010.	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
9.	Selasa, 13 Juli 2010	• Absen.	Rutin

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

		• Melakukan *check list*. • Menghadiri acara Media *Gathering Forwin* Toyota Pra-IIMS 2010. • Membagikan *goodie bags*.	Insidentil Insidentil Insidentil
10.	Rabu , 14 Juli 2010	• Absen. • Melakukan evaluasi mengenai 2 acara kemarin.	Rutin Insidentil
11.	Kamis , 15 Juli 2010	• Absen. • Menjadikan daftar hadir media acara Pre-IIMS tanggal 12 dan 14 Juli 2010 dari *hard copy* menjadi *soft copy*.	Rutin Insidentil
12.	Jumat, 16 Juli 2010	• Absen. • Mengetik ulang daftar hadir media acara Pre-IIMS tanggal 12 dan 14 Juli 2010 menjadi *soft copy*.	Rutin Rutin
13.	Sabtu ,17 Juli 2010	Libur	Libur
14.	Minggu, 18 Juli 2010	Libur	Libur
15.	Senin, 19 Juli 2010	• Absen.	Rutin

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

		• Kenalan dengan Anang, seorang pekerja lepas yang tiap tahun membantu AsiaPR dalam acara IIMS.	Insidentil
16.	Selasa, 20 Juli 2010	• Absen. • Berkoordinasi dengan Anang mengenai apa saja yang harus diperlukan selama IIMS 2010.	Rutin Insidentil
17.	Rabu , 21 Juli 2010	• Absen. • Rapat persiapan IIMS 2010. • Membuat *Minutes of Meeting.*	Rutin Insidentil Insidentil
18.	Kamis , 22 Juli 2010	• Absen. • Menyerahkan *Minutes of Meeting.* • Membuat *checklist.* • Membuat daftar hadir media. • Memperbanyak *release.*	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
19.	Jumat, 23 Juli 2010	• Absen. • Mempersiapkan *checklist* untuk keperluan acara.	Rutin Insidentil

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

		• Berkenalan dengan Witha dan Fachrur. Mereka adalah fotografer lepas yang bekerjasama dengan AsiaPR selama IIMS 2010. • Berkenalan dengan awak media dan *Toyota Pretty.* • Memperbanyak *release.* • Membuat daftar hadir media untuk besok.	Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
20.	Sabtu ,24 Juli 2010	• Absen. • Memperbanyak *release.* • Berkenalan dengan awak media. • Menjelajahi tempat pameran. • Membuat daftar hadir.	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
21.	Minggu, 25 Juli 2010	• Absen. • Memperbanyak *release.* • Berkenalan dengan awak media. • Menjelajahi tempat pameran. • Membuat daftar hadir.	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

22.	Senin, 26 Juli 2010	• Sakit	Sakit
23.	Selasa, 27 Juli 2010	• Absen. • Memperbanyak *release.* • Berkenalan dengan awak media. • Menjelajahi tempat pameran. • Membuat daftar hadir.	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
24.	Rabu , 28 Juli 2010	• Absen. • Memperbanyak *release.* • Berkenalan dengan awak media. • Menjelajahi tempat pameran. • Membuat daftar hadir.	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
25.	Kamis , 29 Juli 2010	• Absen. • Memperbanyak *release.* • Berkenalan dengan awak media. • Menjelajahi tempat pameran. • Membuat daftar hadir. • Rapat mengenai *Journalist Battle.*	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
26.	Jumat, 30 Juli 2010	• Absen.	Rutin

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

		• Memperbanyak *release.* • Membuat *Minutes of Meeting Journalist Battle.* • Menyerahkan *Minutes of Meeting Journalist Battle.* • Berkenalan dengan awak media. • Menjelajahi tempat pameran. • Membuat daftar hadir.	Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
27.	Sabtu ,31 Juli 2010	• Absen. • Memperbanyak *release.* • Berkenalan dengan awak media. • Menjelajahi tempat pameran. • Membuat daftar hadir. • Menjadi penulis *score Journalist Battle.* • Mempersiapkan pesta kejutan ulang tahun Johnny Darmawan (C.E.O Toyota)	Rutin Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil Insidentil
28.	Minggu, 01 Agustus 2010	• Absen. • Membagikan kuesioner.	Rutin Insidentil

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

		• Mengarahkan awak media menuju Indochine untuk acara *Media Thanks*.	Insidentil
29.	Senin, 02 Agustus 2010	• Absen. • Mengetik ulang daftar hadir media acara IIMS 2010 menjadi *soft copy*. • Mengumpulkan data laporan PKL.	Rutin Insidentil Rutin
30.	Selasa, 03 Agustus 2010	• Absen. • Mengetik ulang daftar hadir media acara IIMS 2010 menjadi *soft copy*. • Mengumpulkan data laporan PKL.	Rutin Insidentil Rutin
31.	Rabu , 04 Agustus 2010	• Absen. • Mengetik ulang daftar hadir media acara IIMS 2010 menjadi *soft copy*. • Mengumpulkan data laporan PKL.	Rutin Insidentil Rutin
32.	Kamis , 05 Agustus	• Absen.	Rutin

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

	2010	• Mengambil from absensi ke pembimbing PKL. • Mengucapkan ucapan terima kasih atas segala bantuan kepada AsiaPR.	Insidentil Insidentil

Sumber: data penulis

2.2. Deskripsi kegiatan PKL

2.2.1. Deskripsi Kegiatan PKL Rutin

1. Mengetik, Menge-*print,* Fax Daftar Undangan *Media Gathering* dan *Press Conference*

Tugas penulis mengetik dan menge-*print* daftar undangan yang akan diundang dalam acara *Media Gathering* maupun *Press Conference.* Pertama-tama penulis diberikan *file* yang berisi mengenai daftar undangan. Kemudian penulis mengetik ulang daftar undangan tersebut ke dalam program *Microsoft Excel.* Hal ini dilakukan agar daftar undangan tersebut terlihat rapi. Setelah diketik, penulis kemudian menge-*print* data tersebut yang kemudian akan di gunting satu persatu kemudian ditempelkan pada bagian atas undangan *Media Gathering.*

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut merupakan contoh surat undangan yang belum di *print:*

Redaksi Seputar Indonesia Telp: 3924786 Fax : 3929758	**Redaksi Majalah Otosport** Telp: 5330-150/70. Ext 33461 Fax : 5347 962	**Redaksi okezone.com** Telp: 3902275 Fax : 3902295
Redaksi The Jakarta Post Telp: 5300476 Fax : 5350050, 5306971	**Redaksi Majalah Mobil Motor** Telp: 4682-4444 ext. 362 Fax : 4682 1740	**Redaksi dapurpacu.com** Telp : 392 3577 fax : 392 4277
Redaksi Tempo Telp: 3916160 Fax : 3921947	**Redaksi Majalah Motor** Telp: 534 7961 Fax : 534 7962	**Redaksi kapanlagi.com** Telp: 458 405 83 Fax : 4584 0584

Sumber: data penulis

Kemudian, penulis mengirimkan undangan melalui fax sesuai dengan nomor fax yang dituju.

2. Melakukan *Follow-Up* dan Konfirmasi

Keesokan harinya, penulis bertugas untuk melakukan *follow-up* (tindak lanjut) serta melakukan konfirmasi melalui telepon untuk memastikan undangan yang dikirim melalui fax telah diterima oleh redaksi yang bersangkutan. Selain itu, penulis juga melakukan konfirmasi mengenai awak media yang akan diutus oleh redaksi media yang bersangkutan untuk menghadiri acara *Press Confrense* maupun *Media Gathering.* Disini, penulis juga membuat suatu catatan kecil mengenai tugas ini. Hal ini berguna untuk dilaporkan kepada atasan sebagai laporan pekerjaan penulis.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut merupakan contoh catatan konfirmasi :

No	Media	Send	Delivered	Details	More Information
1.	Seputar Indonesia	√	√	Confirm	
2.	The Jakarta Post	√	-	Confirm	
3.	Kompas	√	-	Confirm	
4.	Tempo	√	√	Datang	Raju Febrian
5.	Jurnal Nasional	√	√	Datang	Noor
6.	Auto Bild Indonesia	√	√	Datang	Heri.K.
7.	Autocar	√	√	Datang	Indra Alfarisy dan Anugerah
8.	Majalah Car and Guide	√	√	Datang	Rahmat
9.	Majalah Otomotif	√	√	Datang	Julian dan Anto
10.	Majalah Mobil Motor	√	√	Confirm	
11.	O-Blitz	√	√	Datang	Edi.W. dan Sukardi
12.	Jak-TV	√	-	Confirm	
13.	Situsotomotif. net	√	√	Sore	
14.	Kompas.com	√	√	Datang	Zulfikri B.J
15.	Detik.com	√	√	Datang	Bagja
16.	Vivanews.com	√	-	Datang	Bowie
17.	Inilah.com	√	√	Datang	Augusta

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

18.	Mediaindonesia.com	√	√	Confirm	
19.	Dapurpacu.com	√	√	Datang	Wahyu
20.	Okezone.com	√	√	Datang	Prasetyo
21.	Kapanlagi.com	√	√	Besok Pagi	
22.	Auto Expert	√	√	Datang	Santo

Sumber: data penulis

3. Membuat Daftar Hadir Undangan

Di sini, penulis bertugas untuk mengetik ulang daftar menggunakan program *Microsoft Excel.* Penulis mengubah data dari *hard copy* menjadi *soft copy* dengan cara mengetik daftar hadir undangan. Daftar hadir undangan dilakukan setelah acara selesai. Kemudian, keesokan harinya *soft copy* diserahkan kepada atasan dan *hard copy* disimpan ke dalam map. Berikut contoh dari *soft copy* daftar hadir undangan :

Daftar Hadir Media

TOYOTA MEDIA GATHERING "AVANZANATION" 2010

Sabtu, 24 Juli 2010 Press Room TOYOTA Booth IIMS 2010

No.	Name	Media	Email Address	Phone Number
1	Dewi Budianti	TVOne	l**_29@yahoo.com	0852 929 8***
2	Zainal Abidin	Mobillaku	d**_n@yahoo.com	0818 06016***

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

3	Uslik Kristinilia	Mobil Motor	a**u.2m@yahoo.com	0815 9004***
4	Darmawan	Autozone	darmaw***si@yahoo.com	0815 9912***
5	Lucky	Autozone	ben***lucky@yahoo.com	0816 115 1***
6	Riza.F.	Indoart and Lifestyle	raihan***@yahoo.com	0812 9166 ***
7	Yusman. F.	Market Brita	yu**en@panenmaya.com	0856 9578 ***
8	Okto.B.	Travel	o**bu@yahoo.com	0813 36885***
9	Zaenuri	Auto Bild	z**spt@gmail.com	0858 885 65***
10	Augusta	inilah.com	a****a@inilah.com	0819 329 16***
11	Unggul	reportasenews.com	u***l@reportasenews.com	0856 93230***
12	Adlisal	HIN Magazine	a***l@yahoo.com	0816 118 1***
13	Dani	Oto Blitz	dani***dic@yahoo.com	0815 100 22***
14	S. Aida	Fajar Makassar	s***ifa@fajar.co.id	0811 411***
15	Mustadir	Tribun Timur Makassar	a***nd.ndben@gmail.com	0813 43774***
16	Ogah	Oto Blitz		0852 867 56***
17	Budhyas	Auto Car	b***s@gmail.com	0811 186***
18	Noor Irawan	Jurnal Nasional	n****n@jurnas.com	0856 9912***
19	Bomo	Auto Bild	****a@gmail.com	0856 7082***

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

20	Zulkifri	Kompas.com	***ki@kompas.com	0811 827***
21	Henry Ratnasari	Antara News	ra***ari@gmail.com	0812 579***
22	Raju	Koran Tempo	****@mail.tempo.co.id	0812 9144***

Sumber: data penulis

4. Merapikan *File*

Di sini penulis bertugas untuk merapikan *file-file* atau data-data yang telah ada di tangan penulis. Contoh data adalah : catatan mengenai konfirmasi, ringkasan rapat atau *Minutes of Meeting,* daftar hadir undangan, *check list.* Semua *file* tersebut dimasukan ke dalam map yang telah disediakan dan disimpan ke dalam lemari sebagai bahan pertimbangan perusahaan apabila sewaktu-waktu diperlukan.

2.1.2. Deskripsi kegiatan Pkl Insidentil

1. Menjadi Notulen Dalam Rapat

Penulis diberikan kesempatan oleh AsiaPR untuk dapat mengikuti beberapa rapat yang diadakan oleh AsiaPR. Baik itu rapat mingguan, maupun rapat yang diadakan untuk kelangsungan acara *Press Conference.* Penulis disini bertugas sebagai notulen dan menulis hasil rapat yang dinamakan dengan *minutes of meeting.*

Minutes of meeting ini berisi mengenai hasil rapat yang telah berlangsung. *Minutes of meeting* berisi mengenai evaluasi pekerjaan selama sebulan terakhir dan tugas-tugas yang perlu diselesaikan oleh

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

staff dalam program selanjutnya, serta pembagian tim agar pelaksanaan program selanjutnya berjalan lancar. Setelah menulis *minutes of meeting,* Penulis mencocokan *update minutes of meeting* tersebut dengan *Managing Partner and Senior Consultant*, kemudian diketik dan diprint sebanyak 3 lembar sebagai ringkasan yang harus diserahkan kepada *Managing Partnerand Senior Consultant, Partner and Senior Consultant, Operations Manager*. Berikut penulis lampirkan contoh *minutes of meeting* :

CONTACT REPORT

Subject	Toyota IMS 2010
Hari/Tanggal	Senin, 5 Juli 2010
Waktu	13.00 – 15.00
Tempat	AsiaPR Benhill Jakarta
Peserta	
AsiaPR	
Kaezar Putri Djatya Mega	
1. Pembagian tugas antara Putri, Djatya, Mega dipimpin oleh bapak Kaezar. 2. Mega: Mengkonfirmasi para wartawan bersama Rony. 3. Mega: Membuat stationery REGISTRASI bersama Rony. 4. Meng-confirm status venue untuk tanggal 14 Juli 2010 di Apartment. Kapasitas ±50 orang. 5. Status venue untuk tanggal 12 Juli 2010 di Euphoria di-pending dahulu. 6. Tanggal 12 Juli dan !4 Juli 2010 mengadakan Media Gathering.	

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

7. Perlengkapan Media Gathering : Fishball dan REGISTRASI sign. 8. Confirm ke Shinta apakah media mendapatkan lunch sewaktu pembukaan ? (Press Conference Pembukaan The Day) 9. Melakukan brief dengan MC dibawah. (Press Conference Pembukaan The Day) 10. Propose hadiah ke TAM untuk Journalist Battle. 11. Booking Segarra untuk tanggal 31 Juli 2010. 12. Merencanakan acara di Segarra pada tanggal 31 Juli 2010. Diputuskan sementara pengisi acara adalah MAGICIAN yang beratraksi dengan mengajak serta peserta. Acara ini bertujuan untuk *loosen up*. 13. Memikirkan kinerja untuk acara Journalist Battle. 14. Mencari hadiah untuk pemenang Journalist Battle.	
Asia PR	
(Kaezar)	**(Dede)**

Sumber: data penulis

2. *Event Management*

Penulis menyusun *press kit* yang akan dibagikan kepada media pada saat *event* berlangsung. *Press kit* terdiri dari registrasi media, *ballpoints, fish bowl, media sign.* Selain menyiapkan *press kit, p*enulis juga menyiapkan *souvenir* yang akan dibagikan kepada media. *Souvenir* berupa bingkisan dari Toyota seperti gelang USB, *luxury stationery kit,* tas slempang, kaos, boneka Kijang, topi, oli Toyota, dll.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut contoh dari registrasi media :



REGISTRATION BOOK

Toyota Press Conference & Launching Grand New Corolla 2010

Jumat, 23 Juli 2010, TOYOTA Booth IIMS 2010

No.	Name	Media	Email Address	Phone/HP	Signature

Sumber: data penulis

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut kegiatan *daily media discussion* atau *rundown* acara selama Pra-IIMS hingga IIMS 2010 yang menjadi tanggung jawab AsiaPR meliputi :

No.	Waktu	Jenis Acara	Tempat
1.	Senin, 12 Juli 2010 Pk. 09.00-13.00 WIB	Media *Gathering* Toyota Pra-IIMS	Euphoria Resto
2.	Selasa, 13 Juli 2010 Pk. 11.00-14.00 WIB	Media *Gathering Forwin* Toyota Pra-IIMS	Restaurant Angke
3.	Kamis, 22 Juli 2010 Pk. 12.00-15.00 WIB	Media Lokal Toyota Astra Motor IIMS 2010	Restaurant Angke
4.	Jumat, 23 Juli 2010 Pk. 10.00-12.30 WIB	Toyota *Press Confrence and Launching Grand New Corolla* 2010	Toyota *booth* IIMS 2010
5.	Sabtu, 24 Juli 2010 Pk. 12.00-15.00 WIB	Toyota Media *Gathering* "Avanzantion" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010
6.	Minggu, 25 Juli 2010 Pk. 10.30-14.00	Toyota Media *Gatehring* "Yaris Show Off Kick Off" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010
7.	Senin, 26 Juli 2010 Pk. 13.00-15.00 WIB	Toyota Media *Gathering* "Environmental Leadership" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010
8.	Selasa, 27 Juli 2010 Pk. 11.00-13.00 WIB	Toyota Media *Gathering* "Pre Holliday Campaign" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010
9.	Rabu, 28 Juli 2010 Pk. 12.00-14.00 WIB	Toyota Media *Gathering* "T-TEP" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010
10.	Kamis, 29 Juli 2010 Pk. 10.00-12.00	Toyota Media *Gathering* "Car For Tree" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

	WIB		
11.	Kamis, 29 Juli 2010 Pk. 14.00-16.00 WIB	Toyota Media *Gathering* "Kijang Innova E A/T" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010
12.	Jumat, 30 Juli 2010 Pk. 14.00-16.00 WIB	Toyota Media *Gathering* "Toyota Genuine Accessories" 2010	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010
13.	Sabtu, 31 Juli 2010 Pk. 13.00-15.00 WIB Pk. 15.00-16.00 WIB	Toyota Media *Gathering* "Toyota Motor Oil Launching" 2010 *Journalist Battle*	*Press Room* Toyota *booth* IIMS 2010 Toyota *booth*
14.	Minggu, 1 Agustus 2010 Pk. 22.00-03.00 WIB	Media *Thanks*	Indochine

Sumber: data penulis

3. Membuat *Check List*

Penulis bertugas untuk membuat *check list* atau rangkuman dari kesiapan persiapan untuk kelangsungan acara. *Check list* ini kemudian diberikan kepada atasan. Nantinya, apabila dalam *check list* masih ada yang belum OK, maka akan diadakan rapat atau konfirmasi untuk meng-OK-kan tugas tersebut.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut penulis berikan contoh mengenai *check list* :

TOYOTA IIMS 2010
Selasa, 13 Juli 2010, Resto Angke-MOI

No.	Item	Status	PIC
1	Booking Venue	OK	
2	Venue Preparation	Resto Angke-MOI	
		Ruang VIP 5 di setting memanjang meja kotak untuk 20 orang	
3	Mails :		
	a. List Menu	Kirim ke client	
	b. Client Approval	Follow Up	
	c. Layout		
4	Supporting Venue :		
	a. LCD and Screen	Confirmed	Delio
	b. Laptop	Bawa	Delio
5	Photographer	Confirmed	Fahrul
6	Stationery :		
	a. Registration Form	Done	Mega
	b. Fishbowl	Ready	Mega
	c. Cue Card	Done	Tya
7	Press Materials :		
	a. Approval	Follow Up	Putri
	b. Duplication	Waiting For Approval	Mega
	c. Press Release	Done (30 sheets)	Mega
8	Journalist :		
	a. List of Journalists	Confirmed to client	Putri
9	Giveaway :		
	a. List	Confirmed to client	
	b. Paper Bag	Done	Mega
	c. Delivery	Waiting	Mega

Sumber: data penulis

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

4. Menjadi Penulis *Score Journalist Battle*

Kali ini penulis bertugas untuk menulis *score* dalam acara *Journalist Battle* yang diadakan di *booth* Toyota. Di sini, para jurnalis yang telah berpartisipasi aktif terhadap acara yang digelar oleh Toyota selama IIMS 2010 berhak mengikuti perlombaan. Penulis menulis nama jurnalis-jurnalis yang mengikuti perlombaan, kemudian menulis *score* pada setiap jurnalis yang bisa menjawab pertanyaan. Pertanyaan yang diajukan seputar *press realese* yang diadakan selama IIMS 2010. Yang menjadi MC adalah Wiwied Gunawan dan Vicky.

5. Melakukan *Media Monitoring* Dan Menghitung PR *Value*

Dalam Toyota IIMS 2010, Standarisasi Arus (*flow*) *News Media Monitoring* AsiaPR yang diimplementasikan antara lain:

A. Media Cetak

- Penulis melakukan monitoring berita dari media cetak baik majalah, maupun surat kabar setiap harinya. Kemudian Penulis membuat kliping berita mengenai IIMS 2010.
- Hasil kliping tersebut kemudian dilakukan kategorisasi dengan menggunakan format kliping antara lain sebagai berikut:

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

1. *Edition* ➔ berisi tentang waktu publikasi media cetak yang bersangkutan. Misalnya: Kamis, 10 Desember 2010.
2. *Media* ➔ berisi mengenai deskripsi pilihan media, *print online,* atau *news online.*
3. *Media Title* ➔ judul dari media cetak yang bersangkutan.
4. Rubrik ➔ deskripsi dari jenis rubrik mengenai berita yang dimuat.
5. Fokus ➔ merupakan analisis media dari berita yang dimuat, apakah menjabarkan mengenai *corporate, brand product,* industri secara umum atau bahkan malah kompetitor yang bersangkutan.
6. *Tone* ➔ menjelaskan mengenai gaya penulisan berita apakah penulisan tersebut bersifat positif, netral, atau bahkan negatif.
7. Sumber ➔ menjelaskan mengenai *person* yang terpublikasi di media dan yang membenarkan pernyataan di dalam sebuah berita. Hal tersebut bisa berupa *Public Relations, analist, competitor, government, consumer/customer,* dan lain sebagainya.
8. *Source Name Title* ➔ berisi nama dan jabatan orang yang memberikan pernyataan dalam berita.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

9. *Nae/Initial/Writer/Reporter* ➔ berisi nama dari penulis berita.
10. *News Type* ➔ berisi mengenai jenis berita yang dimuat. Hal ini bisa merupakan berita (*news)*, *feature,* editorial, esai, *letter of editor, counter.*
11. *Page* ➔ berisi mengenai halaman pemuatan berita.

- Setelah melakukan hal-hal diatas, selanjutnya penulis melakukan scanning dan menghitung nilai *PR Value*-nya. Analisis berita dilakukan dengan melakukan penambahan unsur *color* dan *size* sebagai bahan dasar penghitungan. Warna atau *color* dibedakan menjadi sua, yaitu *Full Color* (FC) dan *Black White* (BW). Sementara *size* atau ukuran dibedakan menurut kolom dan FPFC (kategori majalah). Ditambah juga daftar harga iklan (*advalue)* untuk menghitung hasil akhir dari nilai sebuah berita. Perhitungan dilakukan dengan menyesuaikan biaya iklan masing-masing media untuk kemudian dilakukan perhitungan *PR Value*-nya dengan melakukan pengalian tiga (3) atau lima (5) sesuai dengan karakteristik berita yang dimuat. Misalnya : apakah berita yang dimuat disertai gambar atau tidak; apakah berita tersebut dimuat dengan *full color* atau *black white;* berapa mmc.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut penulis berikan contoh hasil sementara media *monitoring* media cetak :

NEWS MONITORING
TOYOTA INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2010
Media Cetak (report sementara)

No.	Date	Publisher	Headline	Section	Reporter	Page	Color	Size			Ad Value		Total News Value (Rp)	
								col	mm	FPFC				
1	25/07/2010	Koran Tempo	Jangan Sampai Meniaring Angin	Otomotif	Raju Febrian	C4	FC	5	353		Rp	79.000	Rp	139.435.000
2	31/07/2010	Suara Pembaharuan	ATPM Perang Diskon di IIMS Mobil Mewah Diborong	Ekonomi dan Keuangan	Ruht Semiono	9	FC	5	308		Rp	51.000	Rp	78.540.000
3	26/07/2010	Seputar Indonesia	Pengunjung IIMS 2010 Membludak	Berita Utama	Wahyu Sibarani	1	FC	4	160		Rp	147.000	Rp	94.080.000
4	26/07/2010	Seputar Indonesia	Pengunjung IIMS 2010 Membludak	Lanjutan Berita Utama	Wahyu Sibarani	11	BW	5	99		Rp	58.000	Rp	28.710.000
5	27/07/2010	Warta Kota	Toyota Obral Diskon Sampai 25 Persen	Ekonomi Bisnis	BK/Umar Widodo	11	BW	3	208		Rp	27.000	Rp	16.848.000
6	29/07/2010	Seputar Indonesia	GT Radial Meriahkan IIMS 2010 dengan Champion HPY SUV	Automotive	Wahyu Sibarani	39	FC	7	144		Rp	91.500	Rp	92.232.000
7	26/07/2010	Rakyat Merdeka	Grand New Corolla Altis Sedan Terlaris Di Dunia	Otomotif Profit Oriented	FIK	19	BW	2	206		Rp	28.000	Rp	11.536.000
8	24/07/2010	Berita Kota	Wakil Presiden Koordinasi Antarkementrian Belum Lancar	Ekonomi Bisnis	BK	11	BW	3	196		Rp	22.000	Rp	12.936.000
9	02/08/2010	Kompas	Ribuan Mobil Terjual Toyota Pimpin Layanan Purnajual	Bisnis dan Keuangan	OSA/GUN	19	FC	4	280		Rp	117.500	Rp	131.600.000
10	02/08/2010	Koran Tempo	Produsen Panen Penjualan	Bisnis	Raju Febrian dan Eka Utami Aprili	B3	BW	4	234		Rp	41.500	Rp	38.844.000
11	02/08/2010	Jurnal Nasional	Innova V Luxury	Ekonomi Bisnis Keuangan	Agung Kuncahya B	10	FC	5	132		Rp	46.000	Rp	30.360.000
12	01/08/2010	Suara Pembaharuan	Toyota Luncurkan Innova Matic	Otomotif	Luther Ulag	18	FC	3	150		Rp	51.000	Rp	22.950.000
13	06/08/2010	Kompas	Gaikindo dan Dyandra Tersenyum Puas	Otomotif	JL dan Lasti Kurnia	52	FC	4	288		Rp	117.500	Rp	135.360.000
14	06/08/2010	Kompas	Grand New Corolla Altis Lebih dari Sekedar Penyegaran	Otomotif	Stefanus Osa	52	FC	2	175		Rp	117.500	Rp	41.125.000
15	02/08/2010	Warta Kota	5.000 Mobil Dipesan Selama IIMS 2010	Metro Bisnis	Henry Lopulalan dan Ang	18	FC	2	194		Rp36.000		Rp	13.968.000
16	30/07/2010	Kompas	Semangat Menjadi Bagian Dari Sahabat Lingkungan	Otomotif	AST/ARN/M Clara Wresti	48	FC	4	244		Rp	117.500	Rp	114.680.000
17	24/07/2010	Suara Pembaharuan	Mobil Ramah Lingkungan Diberi Insenstif	Ekonomi	ID/D-12/E-8	12	BW	5	157		Rp	38.000	Rp	29.830.000
18	28/07/2010	Sinar Harapan	Varian Corolla Altis yang Dipajang	Ekonomi Bisnis	Septiawan	15	BW	5	148		Rp	28.000	Rp	20.720.000
19	24/07/2010	Indopos	Audi R8 Terpilih sebagai Mobil Termahal		Toni Suhartono	1 dan 7	FC	4	180		Rp	30.000	Rp	21.600.000
20	30/07/2010	Media Indonesia	Pameran Otomotif Peduli Negeri	Jurnal IIMS 2010	Ramdani	20	FC	2	266		Rp	70.000	Rp	37.240.000
21	02/08/2010	Seputar Indonesia	Mobil Terbaik dan Terburuk 2010	Periskop Pasar Mobil Premium	Abdul Malik/Islahuddin	18	BW	7	183		Rp	58.800	Rp	75.322.800
22	25/07/2010	Republika	Pameran Otomotif		Darmawan		FC	5	137		Rp	62.000	Rp	42.470.000
23	30/07/2010	Media Indonesia	Innova Perkenalkan Tiga Varian Baru	Jurnal IIMS 2010	Tsr/S-3	20-Jan	BW	2	131		Rp	48.000	Rp	12.576.000
24	02/08/2010	Berita Kota	Oli Ramah Lingkungan Digeber Terus	Ekonomi dan Bisnis	BK/ANT	11	BW	1	303		Rp	22.000	Rp	6.666.000
25	02/08/2010	Seputar Indonesia	Toyota Paling Memuaskan Konsumen	Periskop Pasar Mobil Premium	Abdul Malik/Islahuddin	19	FC	4	213		Rp	91.500	Rp	77.958.000
26	24/07/2010	Seputar Indonesia	Industri Automotif Tumbuh Pesat	Berita Utama	Masyhudi/Astrabonardo	1 dan 11	FC	7	268		Rp	147.000	Rp	275.772.000
27	02/08/2010	Seputar Indonesia	Pasar Automotif Makin Bergairah	Periskop Pasar Mobil Premium	Abdul Malik/Islahuddin	18	BW	5	260		Rp	58.800	Rp	76.440.000
28	28/07/2010	Republika	Membidik Pembiayaan Konsumer	Ekonomi dan Bisnis Syariah	Edwin Dwi Putranto	20	FC	5	123		Rp	62.000	Rp	38.130.000
29	30/07/2010	Indopos	Toyota-Ancol	Otomotif	Toni Suhartono	14	FC	1	79		Rp	30.000	Rp	2.370.000
30	31/07/2010	Rakyat Merdeka	Daihatsu Mulai Garap Konsumen di Pedesaan	Prrobisnis	Dwi	13	FC	5	132		Rp	35.000	Rp	23.100.000
31	24/07/2010	Sinar Harapan	Pembukaan IIMS		Prasetyo Utomo		BW	2	135		Rp	28.000	Rp	7.560.000
32	29Juli s/d 4Ags 20	Otomotif	Toyota Corolla Altis	Profil	Fend	2	FC	1	169		Rp	54.000	Rp	9.126.000
33	24/07/2010	Warta Kota	IIMS 2010 Bidik Rp 2 Triliun	Berita Utama	Kristianto Purnomo	1 dan 15	FC	2	172		Rp	36.000	Rp	12.384.000
34	29Juli s/d 4Ags 20	Otomotif	Toyota Grand New Corolla Altis	Otoinfo	Anto	4	FC	2	125		Rp	54.000	Rp	13.500.000
35	24/07/2010	Suara Pembaharuan	Toyota Luncurkan Altis Terbaru	Otomotif	PR/M-6	9	FC	2	95		Rp	51.000	Rp	9.690.000
36	29/07/2010	Seputar Indonesia	Toyota Rilis Pre-Holiday Campaign	Informasia	Anton C	44	BW	1	230		Rp	58.800	Rp	13.524.000
37	31/07/2010	Sinar Harapan	IIMS 2010 Ramah Lingkungan dan Bersahaja	IIMS 2010	Job Palar	18	BW	3	140		Rp	28.000	Rp	11.760.000
38	25/07/2010	Suara Pembaharuan	Eranya Mobil "HIJAU"	IIMS 2010	Luther Ulag	18	FC	5	332		Rp	51.000	Rp	84.660.000
39	25/07/2010	Suara Pembaharuan	Toyota Pertahankan Kepedulian Lingkungan	IIMS 2010	Y-4 dan Luther Ulag	18	FC	2	332		Rp	51.000	Rp	33.864.000
40	31/07/2010	Jurnal Nasional	Aiang Pertarungan Hatchback dan City Car	Otomotif	Noor Irawan	11	FC	6	259		Rp	46.000	Rp	71.484.000
41	25/07/2010	Seputar Indonesia	Pertarungan Sengit Hatchback	Berita Utama	Danang Arradian/Wahyu Sibarani	1	FC	6	226		Rp	147.000	Rp	199.332.000
42	25/07/2010	Seputar Indonesia	Pertarungan Sengit Hatchback	Lanjutan Berita Utama	Danang Arradian/Wahyu Sibarani	11	BW	5	181		Rp	58.800	Rp	53.214.000
43	24-25Juli2010	Investor Daily Indon	Mobil Kecil Booming	Berita Utama	Harso Kurniawan	1	FC	5	257		Rp	63.000	Rp	80.955.000
44	24-25Juli2010	Investor Daily Indon	Mobil Kecil Booming	Lanjutan Berita Utama	Harso Kurniawan	2	BW	5	175		Rp	30.000	Rp	26.250.000
45	27/07/2010	Media Indonesia	Altis, Sang Legenda Tampil Lebih Mewah	IIMS 2010	Ramdani	6	BW	2	132		Rp	48.000	Rp	12.672.000
46	27/07/2010	Republika	IIMS Angkat Penjualan Mobil	Ekonomi dan Bisnis	Mansyur Faqih	13	FC	5	264		Rp	62.000	Rp	81.840.000
47	25/07/2010	Seputar Indonesia	Memprediksi Masa Depan	IIMS 2010	Wahyu Sibarani	32	FC	3	202		Rp	93.500	Rp	56.661.000
48	27/07/2010	Seputar Indonesia	Menunggu Hattrick Toyota	IIMS 2010	Wahyu Sibarani	30	FC	5	201		Rp	93.500	Rp	93.967.500
49	26/07/2010	Seputar Indonesia	Menyusung Karakter Dinamis	Referensia	Anton C	37	FC	7	377		Rp	91.500	Rp	241.468.500
50	22/07/2010	Kompas	Lingkungan Hijau Jangan Hanya Jadi Tema	Otomotif	Johnny TG/TL	33	FC	5	228		Rp	117.500	Rp	133.950.000
51	22/07/2010	Kompas	Mobil-Mobil Baru di IIMS 2010	Otomotif	Stefanus Osa	34	FC	2	329		Rp	117.500	Rp	77.315.000
52	22/07/2010	Kompas	Mobil-Mobil Baru di IIMS 2010	Otomotif	Stefanus Osa	35	FC	2	58		Rp	117.500	Rp	13.630.000
53	22/07/2010	Kompas	Meniti Tahun 2010 dengan Senyum Lebar	Otomotif	Johnny TG/TL	36	FC	6	306		Rp	117.500	Rp	215.730.000
54	22/07/2010	Kompas	Lingkungan Hijau Jangan Hanya Jadi Tema	Otomotif	Johnny TG/TL	anjutan ha	BW	7	270		Rp	77.500	Rp	146.475.000
55	22/07/2010	Kompas	Penyelesaian Akhir	Otomotif	Johnny TG/TL	40	FC	3	179		Rp	117.500	Rp	63.097.500

Sumber: data penulis

B. MEDIA ONLINE

- Masuk ke *web online news/media.*
- Cari *link index* berita, kemudian cari berita sesuai tanggal yang diinginkan, apabila tidak ditemukan dalam *index* berita, cari berita di kolom *search* dengan memasukan

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

keyword-keyword yang sesuai dengan berita yang ingin dicari. Misalnya : IIMS 2010, Toyota, dll.

- Jika tidak ada *index* berita, untuk mencari berita dengan tepat dan spesifik, pada menupencarian gunakanlah gabungan *keyword* dengan menggunakan titik koma (;) atau tanda *plus* (+). Contoh :

Search	IIMS; 2010; Toyota
Search	IIMS + 2010 + Toyota

- Berita yang dicari adalah berita yang berkaitan dengan IIMS 2010, Toyota, maupun *brand competitor* lain yang terlibat langsung dalam ajang IIMS 2010.
- Setelah mendapatkan berita yang diinginkan, pindahkan berita tersebut ke *Microsoft Word, copy* beritanya, tapi jangan meng-*copy web*-nya secara keseluruhan.
- *Copy* juga *link*-nya dan tempatkan di paling atas pada halaman *Microsoft Word.*
- Kemudian *save* dengan format dengan *.doc* pada *folder* sendiri. Misalnya : *folder* bisnis.com, atau kompas.com. Simpan *file* tersebut dengan format: (tanggal berita) spasi (hari) spasi (jam berita tersebut dikeluarkan).

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut penulis berikan contoh hasil sementara media *monitoring* media *online* :

No.	Date	Time	Publisher	Link	Headline	Section	Reporter	Advalue
1	08-Agust-10	20:33 WIB	Tempo Interaktif	http://www.tempointeraktif.com/hg/prototype/2010/08/08/brk,20100808-269886,id.html	27.699 Unit, Rekor Penjualan Bulanan Baru T	Otomotif	Raju Febrian	Rp 15.000.000
2	04-Agust-10	19:09 WIB	Antara News	http://otomotif.antaranews.com/news/1280623741/best-booth-iims-2010-buat-toyota	Best Booth IIMS 2010 Buat Toyota	Otomotif	R016ISI026	Rp 15.000.000
3	06-Agust-10	18:18 WIB	inilah.com	http://www.inilah.com/news/read/otomotif/2010/08/06/720851/toyota-siap-berbenah-diri-untuk-iims-	Toyota Siap enahi Diri Untuk IIMS 2011	Otomotif	Wirasatria	Rp 15.000.000
4	28-Jul-10	14:06 WIB	kompas.com	http://otomotif.kompas.com/read/2010/07/28/14062333/Toyota.Tertinggi.di.IIMS.dengan.1.822.Unit	Toyota Tertinggi di IIMS dengan 1.822 Unit	Otomotif	SBT	Rp 15.000.000
5	30-Jul-10	21:14 WIB	Tempo Interaktif	http://www.tempointeraktif.com/hg/test_drive/2010/07/30/brk,20100730-267661,id.html	IIMS 2010: Piranti Hiburan Baru dari Toyota	Otomotif	Raju Febrian	Rp 15.000.000
6	12-Jul-10	14:44 WIB	okezone.com	http://autos.okezone.com/read/2010/07/12/52/352073/52/toyota-pajang-mobil-konsep-ft-ev-ii-d	Toyota Pajang Mobil Konsep FT-EV II di IIMS	Automotif	Prasetyo Adhi	Rp 15.000.000
7	01-Agust-10	19:44 WIB	Antara News	http://www.antaranews.com/berita/1280666693/toyota-raup-hampir-rp1-triliun-dari-iims	Toyota Raup Hampir Rp 1 Triliun dari IIMS	Bisnis	R016IAR09	Rp 15.000.000
8	11-Jul-10	18:35 WITA	Tribun Timur	http://www.tribun-timur.com/read/artikel/116946/Toyota_Luncurkan_Corolla_Altis_Baru_Di_IIMS	Toyota Luncurkan Corolla Altis Baru di IIMS			Rp 15.000.000
9	27-Jul-10	15:21 WIB	kompas.com	http://otomotif.kompas.com/read/2010/07/27/15215383/Toyota.Siapkan.Paket.Mudik.Menjelang.Leb	Toyota Siapkan Paket Mudik Menjelang Lebar	Otomotif	ZBJ	Rp 15.000.000
10	24-Jul-10	14:04 WIB	kompas.com	http://otomotif.kompas.com/read/2010/07/24/14045311/Cuci.Gratis.Toyota.Avanza.di.Jakarta..P	Cuci Gratis Tyota Avanza di Jakarta, Pekan B	Otomotif	ZBJ	Rp 15.000.000
11	30-Jul-10	17:26 WIB	Tempo Interaktif	http://www.tempointeraktif.com/hg/prototype/2010/07/30/brk,20100730-267618,id.html	IIMS 2010: Toyota Yakin Bakal Tembus Angk	Otomotif	Raju Febrian	Rp 15.000.000
12	02-Agust-10	09:01 WIB	okezone.com	http://autos.okezone.com/read/2010/08/02/52/358648/52/toyota-tertinggi-dalam-kepuasan-layanan-	Toyota Tertinggi Dalam Kepuasan Layanan P	Autos	Prasetyo Adhi	Rp 15.000.000
13	29-Jul-10	14:28 WIB	okezone.com	http://autos.okezone.com/read/2010/07/29/52/357774/52/demi-penghijauan-toyota-eco-island-diciptl	Demi Penghijauan, Toyota Eco-Island Diciptak	Autos	Edo Permanadhita	Rp 15.000.000
14	27-Jul-10	08:32 WIB	okezone.com	http://autos.okezone.com/read/2010/07/26/52/356666/52/kijang-innova-tipe-e-kini-bertransmisi-mati	Kijang Innova Tipe E Kini Bertransisi Matik	Autos	Prasetyo Adhi	Rp 15.000.000
15	26-Jul-10	09:1 WIB	okezone.com	http://autos.okezone.com/read/2010/07/25/52/356249/52/pemilik-toyota-avanza-yuk-gabung-di-ava	Pemilik Toyota Avanza, Yuk Gabung di Avanz	Autos	Prasetyo Adhi	Rp 15.000.000
16	23-Jul-10	11:09 WIB	okezone.com	http://autos.okezone.com/read/2010/07/23/52/355756/52/grand-new-corolla-altis-dilepas-rp380-juta	Grand New Corolla Altis Dilepas Rp. 380 Juta	Autos	Edo Permanadhita	Rp 15.000.000
17	05-Agust-10	19:13 WIB	Antara News	http://www.antaranews.com/berita/1281010420/toyota-kuasai-41-persen-transaksi-di-iims	Toyota Kuasai 41 Persen Transaksi di IIMS	Peristiwa	R016IM012	Rp 15.000.000
18	30-Jul-10	15:13 WIB	Antara News	http://www.antaranews.com/berita/1280477592/toyota-luncurkan-perangkat-hiburan-canggih-untuk-	Toyota Luncurkan Perangkat Hiburan Canggih	Bisnis	Ber/A038/BRT	Rp 15.000.000
19	29-Jul-10	19:30 WIB	Antara News	http://www.antaranews.com/berita/1280399447/toyota-gandeng-ancol-lestarikan-pohon-langka	Toyota Gandeng Ancol Lestarikan Pohon Lang	Umum	R016IB010	Rp 15.000.000
20	29-Jul-10	16:54 WIB	Antara News	http://www.antaranews.com/berita/1280397261/toyota-gandeng-ancol-lestarikan-pohon-langka	Toyota Gandeng Ancol Lestarikan Pohon Lang	Konservasi/Pelestarian	T.R016IP003	Rp 15.000.000
21	02-Agust-10	15:08 WIB	okezone.com	http://autos.okezone.com/read/2010/08/02/52/358830/ini-dia-mobil-terlaris-di-iims-2010	Ini Dia Mobil Terlaris di IIMS 2010	Autos	Edo Permanadhita	Rp 15.000.000
22	31-Jul-10	17:07 WIB	Maiwa News	http://www.maiwanews.com/berita/iims-2010-toyota-sukses-jual-1-378-unit-avanza/	IIMS 2010: Toyota Sukses Jual 1.78 Unit Ava	Otomotif	Admin	Rp 15.000.000
23	31-Jul-10		Auto Car	http://www.auto-car.co.id/content/look/1/1019/18th-IIMS-2010.-Varian-Baru-Oli-Resmi-Toyota	18th IIMS 2010: Varian Baru Oli Resmi Toyota		Budityas	Rp 15.000.000
24	03-Agust-10		Auto Ritel	http://www.autoritel.com/berita/2010/aug/03/toyota-avanza-tak-terkalahkan-dalam-iims-2010403/	Toyota Avanza Tak Terkalahkan dalam IIMS 2	Berita		Rp 15.000.000
25	21-Jul-10	23:25 WIB	Tempo Interaktif	http://www.tempointeraktif.com/hg/prototype/2010/07/21/brk,20100721-265337,id.html	IIMS 2010: Toyota Bakal Launching Grand Ne	Otomotif	Raju Febrian	Rp 15.000.000
26	02-Agust-10	11:32 WIB	Solusi Mobil	http://www.solusimobil.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6231:toyota-melampa	Toyota Melampaui Target Penjualan di IIMS 2	Aktualita	imf/sh	Rp 15.000.000
27	01-Agust-10	14:17 WIB	Tempo Interaktif	http://www.tempointeraktif.com/hg/prototype/2010/08/01/brk,20100801-267906,id.html	IIMS 2010: Wah, Toyota Sudah Tembus 4.000	Otomotif	Raju Febrian	Rp 15.000.000
28	02-Agust-10	12:23 WIB	Detik Oto	http://oto.detik.com/read/2010/08/02/122342/1411667/965/avanza-rajanya-iims-2010	Avanza Rajanya IIMS 2010	IIMS	Baoja Pratama	Rp 15.000.000
29	23-Jul-10		Zona Indo	http://www.zonaindo.com/2010/07/konsep-toyota-dan-honda-adu-genit-di.html	Konsep Toyota dan Honda Adu 'Genit' di IIMS	Mobil	Ra	Rp 15.000.000
30			Beli Toyota	http://www.belitoyota.com/2010/07/tebar-benih-bunga-dandelion-di-iims.html	Toyota Tebar Benih Bunga Dandelion di IIMS	Toyota Indonesia	Teguh Kurniawan	Rp 15.000.000
31	23-Jul-10		Dapur Pacu	http://www.dapurpacu.com/wapres-boediono-coba-4-mobil-konsep-di-iims-2010/	Wapres Boediono Coba 4 Mobil Knsep di IIMS	Indonesia Motor Show	dp/ind-d	Rp 15.000.000
32	22-Jun-10		Dapur Pacu	http://www.dapurpacu.com/ke-iims-2010-bawa-pulang-ford-fiesta-dan-toyota-kijang-innova/	Ke IIMS 2010 Bawa Pulang Ford Fiesta dan T	Indonesia Motor Show	Wahyu Lazuwardi	Rp 15.000.000
33	09-Agust-10		kendaraan.info	http://www.kendaraan.info/v4/spesial-2024-Miss-Motor-Show-2010-Eviliana,-Sarat-Gelar	Miss Motor Show 2010 Eviliana, Sarat Gelar	Special Feature	RM	Rp 15.000.000
34	26-Jun-10		kendaraan.info	http://www.kendaraan.info/v4/berita-1974-IIMS-2010-Akan-Lebih-Semarak	IIMS 2010 Akan Lebih Semarak	Berita	ED	Rp 15.000.000
35	02-Agust-10		kendaraan.info	http://www.kendaraan.info/v4/berita-2014-IIMS-2010-Toyota-Raih-Best-Stand-dan-Miss-Motor-Sho	Toyota Raih Best Stand dan Miss Motor Show	Berita	RM	Rp 15.000.000
36	30-Jul-10		kendaraan.info	http://www.kendaraan.info/v4/berita-2011-Toyota-Eco-Island,-Menuju-Indonesia-yang-Lebih-Baik	Toyota Eco-Island Menuju Indonesia Yang Le	Berita	AR	Rp 15.000.000
37	31-Jul-10	18:24 WIB	Auto Bild.com	http://www.autobildindonesia.com/read/2010/07/07/1341/15/6/Toyota_Luncurkan_Oli_Baru	Toyota Luncurkan Oli Baru	IIMS 2010	Harun M	Rp 15.000.000
38	29-Jul-10	16:38 WIB	Auto Bild.com	http://www.autobildindonesia.com/read/2010/07/07/1315/15/6/Toyota_Lengkapi_Line-Up_Innova	Toyota Lengkapi Line-Up Innova	IIMS 2010	Bomo Utomo	Rp 15.000.000
39	27-Jul-10	17:49 WIB	Auto Bild.com	http://www.autobildindonesia.com/read/2010/07/07/1302/15/6/Toyota_Siapkan_Paket_Liburan	Toyota Siapkan Paket Liburan	IIMS 2010	Bomo Utomo	Rp 15.000.000
40	27-Jul-10	17:05 WIB	Auto Bild.com	http://www.autobildindonesia.com/read/2010/07/07/1301/15/6/Oli_Toyota_Berteknologi_Baru	Oli Toyota Berteknologi Baru	IIMS 2010	Bomo Utomo	Rp 15.000.000
								Rp 600.000.000

Keterangan: Kuning Tidak Ada Informasi

Sumber: data penulis

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

6. Media *Release*

Media *release* atau lazim dikenal dengan sebuatan *Press Release* merupakan keterangan singkat yang dibuat oleh PR guna mengkonfirmasikan sebuah kegiatan atau *event* kepada awak media. Dalam kegiatan IIMS 2010, penulis diberi tugas untuk memperbanyak jumlah *release* agar *release* yang dibagikan cukup untuk dibagikan kepada awak media. Berikut contoh-contoh *release* selama IIMS 2010 berlangsung :

TOYOTA
moving forward

22/TAM/MKT-PR/VI/10 Jakarta, 12 Juli 2010

Toyota Seeding the Goodness
Toyota Menebar Benih Kebaikan di IIMS 2010

Jakarta – Untuk ke-18 kalinya sejak pertama kali diselenggarakan, Toyota secara konsisten hadir pada pameran otomotif terbesar di tanah air, *the 18th Indonesia International Motor Show (IIMS) 2010* di JIExpo Kemayoran dari tanggal 23 Juli hingga 1 Agustus mendatang. Komitmen partisipasi Toyota pada penyelenggaraan IIMS 2010 ini didukung performa yang menyeluruh sejak mendesain tampilan *booth*, produk yang ditampilkan, layanan pendukung hingga program kegiatan, dengan tema "We Innovate The Eco-Life for You".
Untuk tumbuh bersama dengan para pelanggan, masyarakat, bangsa dan negara, Toyota berpegang pada nilai-nilai kebaikan yang secara terus menerus disebarkan, serupa dengan filosofi bunga Dandelion, atau tumbuhan yang dikenal sebagai randa tapak dalam Bahasa Indonesia. Filosofi 'menyebar kebaikan' inilah yang dijadikan acuan oleh Toyota dalam mencapai visi memberikan ketenangan dalam berkendara, melalui berbagai nilai. Toyota menerapkan filosofi ini pada semua aspek, dan disampaikan kepada masyarakat melalui keikutsertaan Toyota dalam IIMS kali ini, baik melalui desain booth, program acara, layanan, maupun produk-produk innovatif Toyota.

Booth Toyota pada IIMS 2010 didesain untuk menunjukkan kepada para pengunjung bahwa untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik diperlukan kebersamaan dan keberlanjutan dalam menjaga lingkungan. Hal tersebut direpresentasikan dengan bentuk *booth* Toyota yang membagi area *booth* sesuai dengan *life-cycle* tanaman Dandelion, ditandai dengan beterbangannya bibit-bibit bunga untuk menyebar membentuk tanaman

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Dandelion yang baru, seperti halnya Toyota yang terus menerus berinovasi dan menyebarkan kebaikan. Pada *booth* Toyota *life-cycle* tanaman Dandelion berujung pada ditampilkannya sebuah kendaraan konsep yang merepresentasikan eco-technology di masa yang akan datang. Kombinasi antara nilai Toyota sebagai sahabat sejati (*true friend*) inilah dengan tema IIMS 2010 yaitu "*Eco-Technology Motoring"* yang dijadikan sebagai gagasan bagi tema Toyota selama IIMS 2010 berlangsung, "*We Innovate the Eco-life for You"*.

Toyota menghadirkan special exhibit yang khusus didatangkan untuk IIMS 2010, FT-EV II, mobil ramah lingkungan berteknologi tinggi. Total sebanyak 19 *unitdisplay*, yang terdiri dari line up product Toyota, berikut FT-EV II dan Prius Cut Body, akan mengisi booth Toyota. Prius, Alphard, Camry, Fortuner, Vios, dan Avanza adalah sebagian dari deretan produk yang akan hadir di IIMS 2010 kali ini. Di samping itu, performa penuh Toyota pada IIMS 2010 ini diperkuat dengan diluncurkannya produk-produk baru terbaik Toyota. Produk-produk terbaru yang akan diluncurkan semakin menguatkan posisi Toyota untuk selalu mengedepankan inovasi dalam menghadirkan produk maupun layanan yang sarat dengan kepedulian lingkungan

Untuk melengkapi informasi yang terkait dengan performa selama IIMS 2010, Toyota telah menyiapkan pula rangkaian program bagi para jurnalis.Informasi seperti kendaraan konsep, peluncuran produk baru, layanan penunjang hingga kegiatan *corporate social responsibility* dapat diperoleh setiap harinya di *booth*Toyota.

Performa penuh Toyota pada IIMS 2010 diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dan kebaikan bagi semua, terutama bagi para pelanggan setia yang telah mendukung Toyota untuk terus memimpin di pasar otomotif Indonesia. Hingga bulan Juni 2010, Toyota mencetak prestasi penjualan sampai dengan Juni 2010 sebanyak 138,570 unit atau 39,2% market share dari berbagai tipe dan telah diserap olehpasar otomotif di Indonesia.

Performa penuh pada IIMS sekaligus membuktikan dukungan Toyota dalam kontribusinya terhadap kemajuan industri otomotif nasional. "Bagi Toyota, menjadi bagian dari tumbuhnya industri otomotif nasional adalah sebuah kebanggaan. Bangga karena Toyota bisa tumbuh bersama-sama dalam membangun negeri ini dan senantiasa berupaya memberikan kebaikan bagi semua. Seperti halnya komitmen Toyota untuk mempertahankan hingga 93,9% total produknya sejak 1971 hingga sekarang dirakit di Indonesia, " tegas Joko Trisanyoto, *Marketing Director* PT Toyota-Astra Motor. "Toyota bersyukur masih dapat memimpin pasar otomotif dan optimis akan terus tumbuh bersama dengan menyebarkan kebaikan ke semua pihak," tutupnya.

Informasi lebih lanjut dapat menghubungi:
Rouli/Zahra/Dimas/Aji/Seren
Marketing Public Relations
Telp: (021) 651-5551 ext. 2280/2266
Fax: (021) 651-5231
Email:rouli.sijabat@toyota.astra.co.id ;zahra.bale@toyota.astra.co.id;
dimas.aska@toyota.astra.co.id; aji.pratama@toyota.astra.co.id;
serenade.miolo@toyota.astra.co.id

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

30/TAM/MKT-PR/VI/10 Jakarta, 26 Juli 2010

Hari Ini Untuk Masa Depan

Toyota Terdepan Dalam Eco-Friendly Technology

Jakarta – Toyota berupaya untuk menjadi yang terdepan dan terlibat secara aktif untuk melakukan inovasi dalam menghadapi tantangan keterbatasan sumber daya alam serta lingkungan hidup. Pada Indonesia International Motor Show (IIMS) 2010 kali ini Toyota mengusung tema *We Innovate the Eco-life for You* yang mengedepankan inovasi dalam menghadirkan produk maupun layanan yang sarat dengan kepedulian lingkungan.

Perwujudan komitmen Toyota untuk yang terdepan dalam hal pengembangan kendaraan di masa yang akan datang terlihat dengan beragamnya teknologi kendaraan ramah lingkungan yang dikembangkan Toyota. Toyota telah lama mengembangkan teknologi ramah lingkungannya dari berbagai macam sumber energi alternatif, seperti biofuel, listrik, dan hydrogen.Salah satu teknologi ramah lingkungan yangmenjadi fokus Toyota adalah teknologi Hybrid Vehicle (HV). Teknologi Hybrid Vehicle (HV) ini kemudian dikembangkan menjadi Plug-in Hybrid Vehicles (PHV), dan Fuel-Cell Hybrid Vehicles (FCHV). Sementara itu dengan pengalaman pengembangan HV, Toyota juga mengembangkan Electric Vehiles (EV).

Kendaraan Toyota Hybrid Vehicles (HV) yang paling dikenal luas adalah Toyota Prius, yang memimpin market kendaraan hybrid di dunia, dan terjual lebih dari 1,7 juta unit. Dari konsep dasar HV ini, Toyota mengembangkan Plug-in Hybrid Vehicle (PHV), yaitu kendaraan konsep, Prius Plug In Hybrid.Pengembangan lainnya, Electric Vehicle (EV) diwujudkan dalam beberapa kendaraan konsep seperti FT-EV, FT-EV II, dan I-Real.Sementara itu Fuel-Cell Hybrid Vehicles (FCHV) dikembangkan Toyota dalam produknya, Toyota FCHV-adv, dan FCHV-Bus.

Toyota menghadirkan kendaraan konsep sebagai bagian dari diversifikasi jenis kendaraan ramah lingkungan berdasarkan sumber daya yang tersedia guna memenuhi beragam kebutuhan.Inovasi menjadi kata kunci untuk menjawab keterbatasan sumber daya, khususnya sumber daya alam.

Salah satu kendaraan ramah lingkungan yang menjadi pionir bagi kendaraan yang memanfaatkan sumber daya yang tersedia adalah Prius.Prius merupakan kendaraan yang menerapkan teknologi motor listrik dan *engine*, yang menghasilkan emisi gas buang sangat rendah, sehingga hemat bahan bakar dan ramah lingkungan. Penyempurnaan yang terus dilakukan oleh Prius dengan

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

teknologi Toyota Hybrid System (THS) merupakan bukti keseriusan Toyota dalam memperbaiki efisiensi bahan bakar untuk mengurangi emisi karbon dioksida dan juga sebagai alternatifsumber energi dengan tujuan mengurangi konsumsi minyak bumi, emisi bersih dan teknologi keamanan.

Keseriusan Toyota berinovasi menghasilkan kendaraan yang berorientasi jauh ke depan dapat terlihat dengan hadirnya FT-EV II di IIMS 2010, salah satu dari varian teknologi ramah lingkungan yang dikembangkan Toyota. Kendaraan yang merupakan penyempurnaan evolusioner dari pendahulunya, FT-EV, adalah salah satu konsep cikal bakal dari *city car* bertenaga listrik masa depan. Inilah salah satuwujud visi Toyota terhadap kendaraan masa depan.

Bentuknya yang ultra kompak dilengkapi dengan sliding door dapat mengakomodir empat penumpang dengan ruang duduk yang cukup nyaman.Dilengkapi dengan auxiliary window di bawah kaca depan serta panoramic roof untuk mengakomodir pandangan yang lebih luas dan menunjang faktor keselamatan di sekeliling kendaraan.FT-EV mengaplikasikan teknologi “drive by wire”, dengan kemudi berbentuk joystick, yang mengoperasikan semua fungsi termasuk akselerator, rem, dan kemudi, sehingga dapat memperluas ruang kaki.FT-EV II sangat senyap ketika dikendarai, sangat sesuai dikendarai di perkotaan berkat emisi nol yang dihasilkan. FT-EV II bukanlah sekedar kendaraan listrik yang didesain untuk era pasca bahan bakar fosil, namun merupakan kesinambungan kendaraan konsep yang fokus pada keselarasan hubungan kendaraan, manusia dan lingkungannya di masa depan. Keselarasan hubungan tersebut juga terlihat dari kemampuan kendaraan ini yang dirancang sebagai alat komunikasi sekaligus pencari informasi.

“FT-EV II dan Prius yang kami hadirkan pada IIMS 2010 ini merupakan salah satu perwujudan visi Toyota untuk menghadirkan teknologi kendaraan yang ramah lingkungan, dengan mempertimbangkan secara mendetail berbagai macam faktor antara lain sumber daya dan kebutuhan mobilitas manusia. Tentunya semua ketelitian dalam innovasi ini diharapkan dapat menghadirkan kebaikan bagi semua pihak,” jelas Johnny Darmawan, Presiden Direktur PT. Toyota Astra Motor.

Informasi lebih lanjut dapat menghubungi:
Rouli/Zahra/Dimas/Aji/Seren
Marketing Public Relations
Telp: (021) 651-5551 ext. 2280/2266
Fax: (021) 651-5231
Email:rouli.sijabat@toyota.astra.co.id ;zahra.bale@toyota.astra.co.id;
dimas.aska@toyota.astra.co.id; aji.pratama@toyota.astra.co.id;
serenade.miolo@toyota.astra.co.id
Sumber: data penulis

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

7. Media Relations

Fungsi *media relations* dilakukan sebagai bentuk pelayanan terhadap media. Dalam *event* Toyota Indonesia International Motor Show (IIMS) 2010, penulis diberikan kesempatan untuk melakukan fungsi tersbut. Salah satunya adalah melakukan *blasting email* dan fax atas informasi ter-*update* seputar *event.* Tujuannya agar jurnalis baik yang datang maupun tidak, tetap mendapatkan informasi terpercaya dari setiap kegiatan yang berlangsung setiap harinya.

a. Blasting Email

Tata aturan *blasting,* antara lain :

- ✓ Menulis pesan dalam kotak dialog *email*

  Dalam menulis pesan kepada media, bahasa yang digunakan adalah bahasa semi formal. Pemilihan ini dilakukan agar kesan yang muncul adalah kesan yang akrab. Hal ini penting sekali sebagai bekal komunikasi dengan media.

- ✓ Menulis alamat *email* yang akan dikirim dalam *bcc,* agar tidak terbaca bahwa kita mengirim *email* ke banyak media.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut merupakan contoh *blasting email :*

leta_29@yahoo.com;djie_n@yahoo.com; araku.2m@yahoo.com; darmawanproduksi@yahoo.com; benediktuslucky@yahoo.com; raihanfach@yahoo.com; yusmen@panenmaya.com; oberbu@yahoo.com; zaenspt@gmail.com; augusta@inilah.com; unggul@reportasenews.com; adlisal@yahoo.com; dani_melodic@yahoo.com; syarifa@fajar.co.id; armand.ndben@gmail.com; budhiyas@gmail.com; noor-irawan@jurnas.com; bomautama@gmail.com; ratnasari@gmail.com; wahyu@seputar-indonesia.com; naluri_dewa@yahoo.com; indradober@gmail.com; edy.satya@yahoo.com; smurawaroh@gmail.com; fiusrwavglavy@gmail.com; noor-irawan@jurnas.com; wahyu@dapurpacu.com; the_dolucshow@yahoo.com; randi_aditya@auto-car.co.id; prastyoadhi@yahoo.com; adiant@yahoo.co.id; faz.oblitz@yahoo.com; robertus.handoyo@tvone.co.id; bomautama@gmail.com; bowie_mahoney@yahoo.com; djie_n@yahoo.com; ratnasari@gmail.com; arie2000@toyota.astra.co.id; asepnurdiansyah@yahoo.com; rendysurya@gramedia-majalah.com; stefanus_o@yahoo.com; dolok_014@yahoo.com; raihanfach@yahoo.com; fendozz@yahoo.com; erie@gramedia-majalah.com; yusmen@panenmaya.com; raju@mail.tempo.co.id; ar_simple@yahoo.co.id; ikhsan@detik.com; indra@dapurpacu.com; zulkiflibj@kompas.com; zulkifli@kompas.com; andy.tinggogoy@gmail.com; gegana06@yahoo.com; liberty_j22@yahoo.com; partin_naniek@yahoo.com; rahmat@gramedia-majalah.com; mindcom06@yahoo.com;

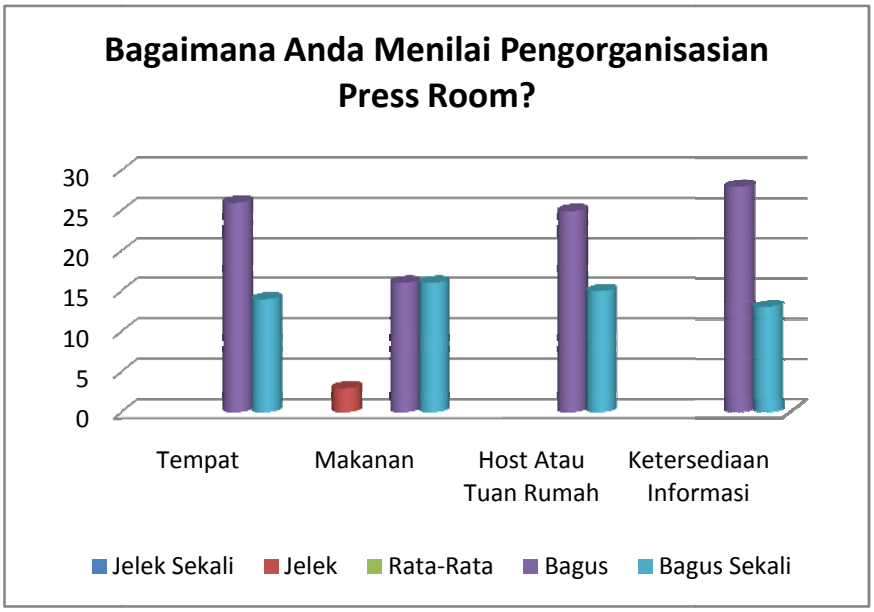
Sumber: data penulis

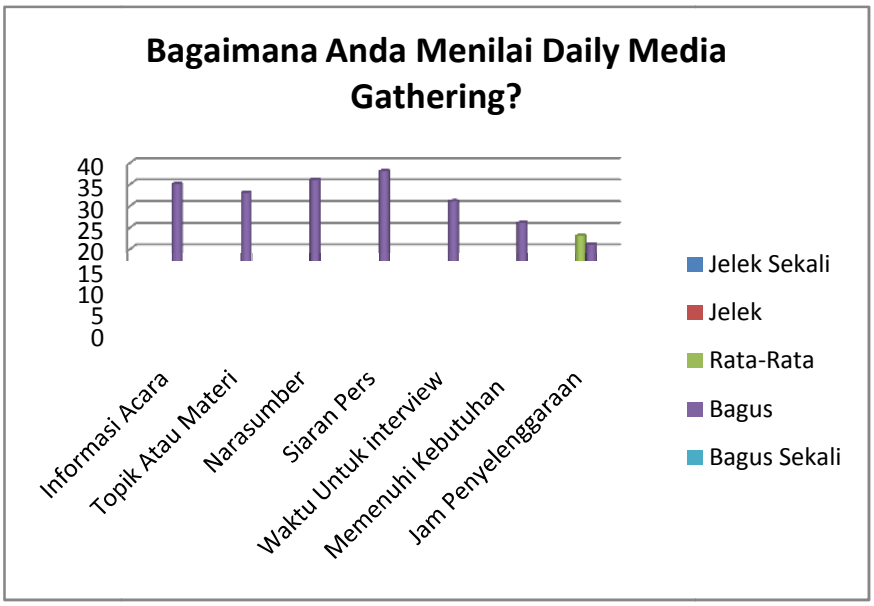
8. Membagikan Kuesioner Dan Mengakumulasi Hasil Kuesioner

Pada tanggal 1 Agustus 2010, Penulis membagikan kuesioner kepada para awak media yang ada di JIEXPO. Hal ini dilakukan sebagai bahan evaluasi AsiaPR terhadap acara-acara yang telah diselenggarakan. Kuesioner dibagikan kepada awak media baik yang sudah pernah mengunjungi *booth* Toyota maupun belum. Setelah membagikan kuesioner, penulis mengakumulasi hasil dan membuat tabulasi datanya yang kemudian diserahkan kepada *Operational Director* dan *Operational Manager.*

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berikut penulis berikan tabulasi kuesioner:





Sumber: data penulis

Hal-hal yang dilakukan penulis selama menjalani PKL sangat menyenangkan, dan membingungkan, serta melelahkan.Karena hal tersebut merupakan hal baru bagi penulis.Penulis mengalami beberapa kesulitan ketika

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

diharuskan membuat *press release* media. Namun, kendala tersebut dapat teratasi atas bantuan mentor penulis yang senantiasa membimbing penulis.

2.3 Humas

2.3.1 Definisi Humas

Dalam perkembangan zaman yang semakin terbuka saat ini, begitu juga dengan perkembangan masyarakatnya. Suatu instansi/lembaga harus memiliki kesadaran bahwa keberadaannya tidak terlepas dari keberadaan instansi/lembaga lain, masyarakat, pemerintah, maupun karyawan yang berada didalamnya instansi oleh sebab itu perlu adanya komunikasi yang erat dari instansi/lembaga terhadap segala yang ada di sekelilingnya.

Untuk menciptakan suatu hubungan yang baik antara instansi/lembaga maupun karyawan/staff perlu adanya suatu pengertian antara satu dengan lainnya, dan pada akhirnya akan menciptakan hubungan yang erat dari masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak lain sehingga terbentuk hubungan masyarakat yang bisa menimbulkan kepercayaan dalam membina suatu hubungan yang harmonis

Menurut J.C., Seidel, *Public Relations Director, Division of Houshing, State of New York,* mengemukakan bahwa:

"*Public Relations* adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha management untuk memperoleh *goodwill* dan

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

pengertian dari para pelanggannya, pegawainya dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa-analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. (Abdurrachman, 1993:24").

Menurut pengertian diatas, dapat dianalisis bahwa hubungan masyarakat merupakan hasil pencerminan sebagaimana dirasakan seseorang atau publik, sebagai hasil kegiatan suatu organisasi ataupun instansi. Hubungan Masyarakat merupakan suatu kebijaksanaan (*policy*) dari suatu instansi/lembaga, dan kebijaksanaan ini dapat menjadi "baik" atau "buruk" tergantung dari bagaimana mengelola kebijaksanaan tersebut.

Berbicara mengenai *Public Relations,* dilihat dari sudut etimologi kata, maka istilah *Public Relations* merupakan gabungan dari dua kata, yaitu "*public*" dan "*relations*". Publik secara universal yaitu "sekelompok orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama terhadap sesuatu hal".(Yulianita, 1999:17), sedangkan Relations diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah "hubungan-hubungan" dalam arti menyangkut banyak hubungan.(Yulianita, 1999:21). Untuk lebih memperjelas pengertian mengenai pengertian *Public Relations* , berikut ini dikemukakan beberapa definisi dari para ahli.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

> Definisi Public Relations menurut Frank Jefkins adalah "Fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan program kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publiknya." (Yulianita, 1999:33).

Dari definisi diatas menunjukkan bahwa Humas merupakan "jembatan penghubung" antara publik dengan organisasi yang diwakilinya, dan melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan organisasi maupun publiknya.

Menurut John D. Millet, dalam bukunya, *Management in Public Services the quest for effective performance*, yang artinya peran Humas/PR dinas instansi atau lembaga kepemerintahan terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya, yaitu sebagai berikut:

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan inspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
2. Kegiatan untuk memberikan nasihat atau sumbang saran dalam menaggapi untuk apa sebaiknya dapat dilakukan instansi/lembaga pemerintah seperti yang diekhendaki oleh

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

pihak publiknya (*advising the public about what it should desire*).

3. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan yang diperoleh dari antara hubungan publik dengan para pejabat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan opleh suatu lembaga/instansi pemewrintahan yang bersangkutan (*informing and about what agency doing*). (Ruslan, 2002: 94)

Sedangkan Dimock dan Koening memaparkan tugas dan kewajiban dari pihak Humas lembaga pemerintahan, sebagai berikut:

1. Berupaya memberikan penerangan atau informasikepada masyarakat (*public services*), kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pihak pemerintah dalam melaksanakan program kerja pembangunan tersebut.
2. Mampu menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinta untuk melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, hukum dan politik serta menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban nasional.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

3. Keterbukaan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan serta pengabdian dari aparatur pemerintah bersangkutan perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakn tugas dan kewajibannya masing-masing secara konsisten serta profesional. (Ruslan, 2002: 94)

Dalam bukunya *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Rusady Ruslan mengemukakan bahwa, *Public Relations* berfungsi mendekatkan (menarik) konsumen atau publik sasarannya kepada perusahaan, berupaya dalam mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat dan menciptakan "citra" perusahaan.

> Menurut Frank Jefkins tujuan *Public Relations* adalah: "Meningkatkan *favorable image*/citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali *unfavorable image*/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut" (Yulianita, 1999: 42).

Kegiatan kehumasan adalah merupakan bagian dari kegiatan Komunikasi informasi dan Edukasi (KIE), yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan untuk membangun atau menegakkan citra positif dari lembaga dan program-program yang dijalankan, agar dapat dipahami dan didukung oleh segenap khalayak dengan dasar saling pengertian.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

2.3.2 Tujuan Humas

Mengenai tujuan Humas, didalam definisi-definisi yang telah diuraikan, banyak yang menunjukkan dengan jelas tujuan bidang ini. Untuk mencapai tujuan itu, diantaranya ialah mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favourable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik.

Secara umum, ada sekitar 14 tujuan humas. Dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan kegiatan humas dari sebuah perusahaan, beberapa diantaranya yang pokok menurut M Linggar Anggoro dalam bukunya Teori dan Profesi Kehumasan adalah sebagai berikut :

1) Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.

2) Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.

3) Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

4) Untuk menyebarluaskan aneka informasi mengenai aktifitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan dalam kehidupan sosial sehari-hari.

5) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas serta membuka pasar-pasar baru.

2.3.3 Fungsi Humas

Humas secara mendasar menjadi tanggung jawab dari *Top Management* (pimpinan puncak). Fungsi Humas dapat diharapkan sebagai "mata", "telinga", dan "tangan kanan" pimpinan puncak perusahaan.

Menurut Cutlip dan Center serta Canfield seperti yang dikutip Onong Uchjana Effendy, fungsi Humas adalah sebagai berikut :

1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;

2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern;

3) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dan organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi;

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

4) Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.(Effendy,2002:36)

Bagi Humas untuk lembaga pemerintahan, R. Umar Saleh seperti yang dikutip oleh Ali Syarief mengemukakan fungsi Humas tersebut adalah sebagai berikut :

1) Mempelajari hasrat, kehendak dan aspirasi masyarakat.

2) Memberikan nasehat apa yang sebaiknya dikehendaki oleh publik.

3) Mengusahakan hubungan atau kontak yang memuaskan antara publik dengan petugas pemerintah.

4) Memberikan penerangan atau penjelasan apa yang dikerjakan oleh suatu dinas pemerintah.(Syarief, 1989:11).

Profesi Humas dengan berbagai kegiatan dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan tugasnya menyangkut unsur-unsur Citra baik (*good image*), itikad baik (*goodwill*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciations*) dan Toleransi (*tolerance*).

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

2.3.4 Kegiatan Humas

Kegiatan Humas harus dikerahkan kedalam dan keluar.Kegiatan-kegiatan yang ditujukan kedalam disebut *Internal Public Relations* dan kegiatan-kegiatan yang ditujukan keluar disebut *External Public Relations*.

- ***Internal Public Relations***

  Untuk menciptakan suasana menyenangkan dan bagi keuntungan suatu lembaga, komunikasi yang bersifat "*two-way communication*" penting sekali dan mutlak harus ada, yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan, yang merupakan "*feed back",* yang berdasarkan pada "*good human relations*" sesuai dengan prinsip semua *public relations.*

  Oleh karena itu, adalah tugas seorang PRO (*Public Relations Officer*) untuk menyelenggarakan komunikasi yang sifatnya persuasif dan informatif. Seorang PRO harus mengadakan analisa mengenai apa yang telah dilaksanakan di dalam *internal public relations,* mengadakan *survey* tentang "*attitudes*" para karyawan terhadap instansinya, kebijaksanaan instansi dan kegiatan-kegiatannya.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Menurut Oemi Abdurrachman komunikasi yang informatif dan persuasif dapat dilaksanakan dengan :

a. Tertulis, yaitu menggunakan surat-surat, *papers*, buletin, brosur dan lain-lain.

b. Lisan, yaitu dengan mengadakan briefing, rapat-rapat, diskusi, ceramah.

c. *Conselling*, dengan meyediakan beberapa anggota staf yang telah mendapat latihan atau pendidikan untuk memberikan nasehat-nasehat kepada karyawan, turut memecahkan masalah-masalah pribadi mereka atau mendiskusikannya bersama-sama. (Abdurrachman, 2001:35).

Adalah penting untuk memahami individu-individu, latar belakang dan sikap seperti yang mereka lakukan.Penting untuk memahami keinginan-keinginannya, harapan-harapannya dan ambisi-ambisinya, bahkan memahami prasangka-prasangkanya.

Dengan demikian, maka seorang PRO harus mengetahui dan memahami tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan kepentingan atau kebutuhan para karyawan sebagai individu dan sebagai anggota kelompok dan kepentingan instansi atau lembaga.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Internal Public Relations yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan dan lain-lain. Salah satu usaha *Internal Public Relations* yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kemajuan atau kepentingan karyawan diantaranya mengadakan *upgrading* atau memberi kesempatan pada mereka untuk mengikuti pendidikan lainnya yang secara psikologis dapat menaikkan martabat mereka.

- ***External Public Relations***

Tugas penting *External Public Relations* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik di luar instansi tersebut. Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta dan harus teliti.Sebab publik mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya.

Publik kadang-kadang sangat kritis. Oleh karena itu sikap yang *correct* dan ramah merupakan salah satu syarat dalam berkomunikasi dengan publik, tanpa terpengaruh oleh "*appearance*", "*personality*", kata-kata mereka dan sebagainya. Penilaian publik terhadap suatu lembaga bukan saja soal

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

pelayanannya, kegiatan-kegiatannya, dan para anggotanya, tapi juga mengenai keseluruhan yang meliputi badan tersebut.

Menurut Oemi Abdurrachman komunikasi dengan *external public relations* dapat diselenggarakan diantaranya dengan :

1) **Kontak Pribadi *(Personal contact)***

Unsur yang penting dalam hubungan ini adalah perlakuan terhadap perorangan-perorangan yang berhubungan dengan badan atau instansi. Di dalam "*government public relations*" hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius dan harus ditekankan kepada para karyawan, bahwa "*government public relations*" itu tidak cukup hanya dengan memberikan penjelasan-penjelasan pada seseorang baik secara lisan maupun secara tertulis. Yang sangat penting adalah perlu adanya perhatian terhadap reaksi tiap individu sebagai seorang warga negara terhadap para karyawan tentang bagaimana mereka melaksanakan kewajibannya.

2) ***Press release***

Dalam menyiapkan press release hendaknya diperhatikan soal-soal teknis mengenai penyusunan dan pengetikan "*message*" dan distribusinya. Formula "*who, what, where, when, why*" tidak boleh dilupakan dalam penyajian *press release.*

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

3) *Press relations*

Penting sekali dalam Hubungan Masyarakat bagi seorang pelaksana Humas untuk mempunyai hubungan yang baik dengan para pemimpin atau wakil surat-surat kabar, majalah-majalah, kolumnis-kolumnis, penulis-penulis feature, pemimpin radio dan televisi dan sebagainya.tetapi perlu dicatat, hubungan pribadi antara seorang PRO dengan petugas-petugas pers tadi tidak berarti bahwa PRO itu harus mendapatkan pelayanan yang istimewa dari mereka. Hubungan pribadi harus dipelihara dan harus berdasarkan integritas profesi. Seorang Humas harus melakukan semua media sama.

4) *Press conference & press briefing*

Dalam keadaan-keadaan tertentu dan mengenai pengumuman-pengumuman tertentu, dianjurkan untuk menyelenggarakan *pers conference* daripada hanya memberikan *press release* saja. *Pers conference* hanya diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting saja di suatu instansi atau badan. Instansi dapat mengadakan *pers conference* atas inisiatifnya sendiri atau atas permintaan wakil-wakil pers sendiri.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

5) *Publicity*

Pada hakekatnya *publicity* adalah berita yang ditulis dalam surat-surat kabar atau majalah-majalah atau yang disiarkan melalui radio atau televisi, yang penuh dengan *Human Interest* dan menarik perhatian publik mengenai kegiatan-kegiatan atau pernyataan-pernyataan orang-orang yang *prominently involved*.

6) Radio dan Televisi

Dengan radio dan transistor, merupakan satu-satunya penghubung antara manusia dengan dunia, satu-satunya saluran untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan tanpa mengenal jarak dan *illiteracy* (buta huruf).

7) Film

Ini dapat berupa film dokumentasi, hiburan yang berisi informasi-informasi, pendidikan dan sebagainya.Pada dewasa ini film banyak digunakan dalam public relations, bukan saja untuk *internal public* tapi juga untuk *external public*.

8) Media Komunikasi dan Informasi

Selain dengan menggunakan media yang telah dikemukakan di atas, masih banyak cara-cara lain untuk menyebarkan suatu informasi dan mengadakan hubungan

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

dengan publik.Diantaranya dengan menggunakan kartu pos bergambar, telepon, ceramah, mengadakan kunjungan-kunjungan dan sebagainya. (Abdurrachman,2001: 40).

2.4 Analisis Kegiatan Kerja Pratek Lapangan

Dalam bab ini, penulis akan mencoba untuk menganalisa kegiatan penulis selama melakukan kegiatan PKL. Penulis menemukan bahwa teori strategi telah diterapkan oleh AsiaPR selama IIMS 2010. Berikut kejelasan mengenai teori strategi dan analisanya :

> "Strategi adalah perencanaan *(planning),* dan manajemen *(management)*, untuk mencapai suatu tujuan." *Effendy, 1999:32.*

Teori tersebut diterapkan oleh AsiaPR sewaktu IIMS 2010 berlangsung. AsiaPR melakukan perencanaan dan juga menejemen agar tujuannya tercapai. Seperti yang telah banyak diketahui oleh khayalak, bahwa saingan utama Toyota di Indonesia adalah Honda. *Booth* Toyota terletak beehadapan dengan *booth* Honda. Hal tersebut telah diketahui oleh kedua belah pihak sebelum IIMS dimulai. Maka, sewaktu Toyota melaksanakan *launching Grand New Corolla Altis* pihak Honda memutar *jingle* Honda dengan volume keras. Hal ini sudah ditebak oleh AsiaPR. Maka, sewaktu bapak Johnny Darmawan selaku C.E.O Toyota memberikan penjelasan mengenai Grand New Corolla Altis, para awak media agak kurang jelas karena *jingle* Honda. Akhirnya, setelah awak media selesai mengambil gambar Grand New Corolla Altis kami memberikan *release.*

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Selain teori strategi, penulis juga menemukan teori-teori lain selama melaksanakan PKL di AsiaPR. Hal ini berkaitan dengan definisi PR seperti yang dikemukakan oleh J.C., Seidel yaitu :

> "*Public Relations* adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha *management* untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa-analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. (Abdurrachman, 1993:24)"

AsiaPR menerapkan sistem tersebut dalam menjalankan setiap proyek. Hal ini terbukti dengan proyek kontinu yang terjadi antara AsiaPR dengan Toyota. AsiaPR jelas mendapatkan *goodwill* dari Toyota. *Goodwill* tersebut diperoleh AsiaPR dengan melakukan analisa-analisa dan juga perbaikan-perbaikan dalam setiap proyeknya.

Dalam buku *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra,* Rusady Ruslan mengatakan bahwa, *Public Relations* berfungsi mendekatkan (menarik) konsumen atau publik sasarannya kepada perusahaan, berupaya dalam mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat dan menciptakan "citra" perusahaan. Sesuai dengan yang dikatakan Rusady Ruslan diatas, AsiaPR pun mengadakan acara Media Thanks. Acara ini bertujuan untuk *loosen up* setelah serangkaian acara yang diadakan. Selain untuk *loosen up,* acara Media Thanks juga bertujuan agar bisa lebih dekat lagi dengan awak media dengan Toyota dan

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

juga AsiaPR terlepas dari *press conference.* Acara ini pun, memberikan citra kepada awak media bahwa Toyota peduli kepada awak media. Sehingga, citra Toyota pun terkenal baik dikalangan awak media. Acara ini dilakukan dengan cara menjamu para awak media di Indochine Jakarta.

AsiaPR pun melakukan kegiatan Humas yang dikerahkan kedalam dan keluar. Berikut penulis mencoba menganalisa mengenai kegiatan *Internal Public Relations* dan *External Public Relations* di AsiaPR.

- *Internal Public Relations*

  Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menciptakan "*two-way communications"* yang harmonis antara bawahan dan pimpinan, yaitu komunikasi yang informatif dan persuasif. Menurut Oemi Abdurrachman, komunikasi yang informatif dan persuasif antara bawahan dan pimpinan dapat dilaksanakan dengan :

  - Tertulis➔Menggunakan surat-surat, *papers, post-it,* buletin, brosur, dan lain-lain.
  - Lisan➔Mengadakan *briefing,* rapat-rapat, diskusi, ceramah.
  - *Conselling*➔Menyediakan beberapa anggota staff yang telah mendapat latihan atau pendidikan untuk memberikan nasehat-nasehat kepada karyawan, turut memecahkan masalah-masalh pribadi mereka atau mendiskusikannya bersama.

  Sewaktu AsiaPR mengadakan acara buka bersama dengan seluruh staff kantor, AsiaPR melakukan pengumuman melalui *email,* dan juga

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

diumumkan secara lisan. AsiaPR pun melakukan rapat yang diadakan rutin setiap senin pagi yang disebut dengan *Monday Meeting*. Hal ini berguna untuk memantau apakah ada yang kesulitan mengenai tugas yang telah diberikan. Apabila terdapat kesulitan, maka di sini akan dibahas cara penyelesaiannya sehingga tim pun dapat bekerja dengan baik. Pada saat makan siang maupun selepas waktu kantor pun terjadi komunikasi yang disebut sebagai *Conselling* seperti yang telah dijelaskan diatas. Hal ini dapat terlihat ketika makan siang, staff-staff AsiaPR saling berbicara satu sama lain mengenai kehidupan pribadi mereka.

- *External Public Relations*

Tugas penting *External Public Relations* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik di luar instansi tersebut. Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta, dan juga harus teliti. Menurut Oemi Abdurrachman, komunikasi dengan *external public relations* dapat dilakukan dengan cara :

a. Kontak Pribadi *(Personal contact)*

Unsur yang penting dalam hubungan ini adalah perlakuan terhadap perorangan-perorangan yang berhubungan dengan badan atau instansi. Di dalam "*government public relations*" hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius dan harus ditekankan kepada para karyawan, bahwa "*government public relations*" itu tidak cukup hanya

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

dengan memberikan penjelasan-penjelasan pada seseorang baik secara lisan maupun secara tertulis. Yang sangat penting adalah perlu adanya perhatian terhadap reaksi tiap individu sebagai seorang warga negara terhadap para karyawan tentang bagaimana mereka melaksanakan kewajibannya.

b. *Press Release*

Dalam menyiapkan *press release* hendaknya diperhatikan soal-soal teknis mengenai penyusunan dan pengetikan "*message*" dan distribusinya. Formula "*who, what, where, when, why*" tidak boleh dilupakan dalam penyajian *press release.*

c. *Press Relations*

Penting sekali dalam Hubungan Masyarakat bagi seorang pelaksana Humas untuk mempunyai hubungan yang baik dengan para pemimpin atau wakil surat-surat kabar, majalah-majalah, kolumnis-kolumnis, penulis-penulis *feature*, pemimpin radio dan televisi dan sebagainya.tetapi perlu dicatat, hubungan pribadi antara seorang PRO dengan petugas-petugas pers tadi tidak berarti bahwa PRO (*Public Relations Officer)* itu harus mendapatkan pelayanan yang istimewa dari mereka. Hubungan pribadi harus dipelihara dan harus berdasarkan integritas profesi. Seorang Humas harus melakukan semua media sama.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

d. *Press Conference* dan *Press Briefing*

Dalam keadaan-keadaan tertentu dan mengenai pengumuman-pengumuman tertentu, dianjurkan untuk menyelenggarakan *pers conference* daripada hanya memberikan *press release* saja. *Pers conference* hanya diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting saja di suatu instansi atau badan. Instansi dapat mengadakan *pers conference* atas inisiatifnya sendiri atau atas permintaan wakil-wakil pers sendiri.

e. *Publicity*

Pada hakekatnya *publicity* adalah berita yang ditulis dalam surat-surat kabar atau majalah-majalah atau yang disiarkan melalui radio atau televisi, yang penuh dengan *Human Interest* dan menarik perhatian publik mengenai kegiatan-kegiatan atau pernyataan-pernyataan orang-orang yang *prominently involved*.

f. Radio dan Televisi

Dengan radio dan transistor, merupakan satu-satunya penghubung antara manusia dengan dunia, satu-satunya saluran untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan tanpa mengenal jarak dan *illiteracy* (buta huruf).

g. Film

Ini dapat berupa film dokumentasi, hiburan yang berisi informasi-informasi, pendidikan dan sebagainya.Pada dewasa ini film

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

banyak digunakan dalam public relations, bukan saja untuk *internal public* tapi juga untuk *external public*.

h. Media Komunikasi dan Informasi

Selain dengan menggunakan media yang telah dikemukakan di atas, masih banyak cara-cara lain untuk menyebarkan suatu informasi dan mengadakan hubungan dengan publik.Diantaranya dengan menggunakan kartu pos bergambar, telepon, ceramah, mengadakan kunjungan-kunjungan dan sebagainya. (Abdurrachman,2001: 40).

AsiaPR melakukan beberapa kegiatan Humas seperti yang telah dijabarkan di atas, antara lain :

- AsiaPR membuat *press release* dalam setiap *conference press* yang diadakan. Hal ini berguna untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh awak media. *Release* ini dibuat sesuai dengan tema yang akan diusung.
- AsiaPR pun melakukan *press relations,* dimana AsiaPR memiliki hubungan yang baik dengan para pemimpin redaksi media cetak nasional.
- AsiaPR pun melakukan *press conference* apabila Toyota memiliki informasi penting yang sekiranya perlu diketahui oleh awak media.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

- *Publicity* mengenai Toyota pun diperoleh sangat baik. Hal ini terbukti dengan hasil yang memuaskan dari *media monitoring* selama IIMS 2010.
- AsiaPR pun menggunakan media komunikasi dan informasi untuk menyebarkan informasi tertentu. AsiaPR menggunakan mesin faksimili, *email* sebagai media untuk melakukan undangan kepada awak media selama Pra-IIMS 2010 hingga IIMS 2010.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional