



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERENCANAAN PROGRAM *MEDIA RELATIONS* PERTAMINA
SOCCER SCHOOL**

Januari - Desember 2013

TUGAS KARYA AKHIR

HELEN MARLINA

0906637153

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

DEPOK

2012

i



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERENCANAAN PROGRAM *MEDIA RELATIONS* PERTAMINA
SOCCER SCHOOL**

Januari - Desember 2013

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

HELEN MARLINA

0906637153

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI


DEPOK

2012

ii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Helen Marlina
NPM : 0906637153
Tanda tangan : 
Tanggal : 21 Desember 2012



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Helen Marlina
NPM : 0906637153
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Judul : Perencanaan Program *Media Relations* Pertamina Soccer
School Januari - Desember 2013

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Vida A. Parady, M.A. (.....)
Penguji : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S (.....)
Ketua Sidang : Dra. Ken Reçiana, M.A. (.....)

Ditetapkan di : Depok, Jawa Barat
Tanggal : 3 Januari 2013

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir (TKA) ini. Penulisan TKA ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sulit rasanya bagi penulis untuk dapat menyelesaikan TKA ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Vida A Parady, M. A. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan TKA ini.
2. Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S. selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya.
3. Program Sarjana Reguler Departemen Ilmu Komunikasi, khususnya dosen-dosen pengajar di Universitas Indonesia, khususnya di lingkungan Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP UI.
4. Suryanto Moi, Mei Tjahjawati Mulia, dan Adriel Baltsazar Manulong. Sumber motivasi yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral kepada penulis dalam mengerjakan TKA ini.
5. Angela Mega, Adrienne K., Audrey Azalia, Natalia Anggraini, Emmeline Taufik, Rosa, Rina, Lisa, Sheila, sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan TKA ini.
6. Seluruh teman-teman komunikasi 2009, khususnya Anindhita Indira, Syahdina Sekar Anindhita, Tribuana Nurul Cahyani, dan Bunga Intani.
7. Maydinna Zahira, Riska Adrini, dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuannya terhadap proses penulisan TKA ini.

Akhir kata, penulis berharap penulisan TKA ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu dan kekayaan ilmiah.

Jakarta, 20 Desember 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helen Marlina
NPM : 0906637153
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Perencanaan Program *Media Relations* Pertamina Soccer School
Januari – Desember 2013**

berserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Desember 2012

Yang menyatakan



(Helen Marlina)

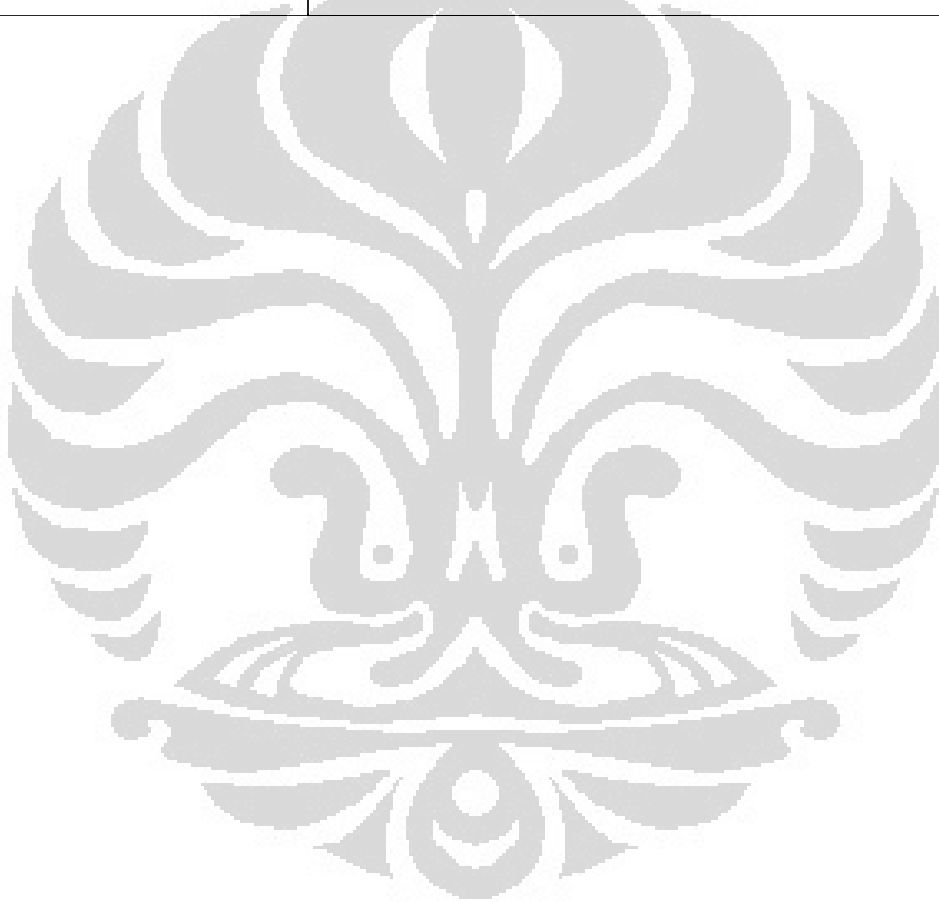
RINGKASAN EKSEKUTIF

Analisis Situasi	<ol style="list-style-type: none">1. Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan oleh PT Pertamina (Persero) sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya kepada Bangsa Indonesia. Kegiatan ini adalah kegiatan positif yang mampu meningkatkan citra dan reputasi PT Pertamina (Persero) sebagai perusahaan BUMN yang memiliki kepedulian yang tinggi dalam mencetak generasi berkualitas di bidang sepak bola.2. Namun, kegiatan ini belum dikenal oleh masyarakat luas karena belum optimalnya jumlah pemberitaan di media massa terkait program ini.3. Program Pertamina Soccer School membutuhkan upaya kehumasan berupa serangkaian kegiatan <i>media relations</i> yang mampu meningkatkan pengetahuan dan memotivasi kalangan jurnalis untuk menuliskan pemberitaan positif mengenai Pertamina Soccer School.
Tujuan	<ol style="list-style-type: none">1. Meningkatkan pengetahuan kalangan jurnalis mengenai Program Pertamina Soccer School2. Memotivasi kalangan jurnalis agar menuliskan pemberitaan positif mengenai kegiatan Pertamina Soccer School3. Menghasilkan pemberitaan positif mengenai program Pertamina Soccer School
Strategi	Melaksanakan serangkaian kegiatan <i>media relations</i> dan menggabungkan sarana media komunikasi yang ada, termasuk media baru. Adapun kegiatan-kegiatan tersebut berupa <i>workshop</i> jurnalis, <i>media gathering</i> , konferensi pers, membuat komunitas wartawan, dan <i>media visit</i> .

Khalayak Sasaran	Rekan-rekan jurnalis dari empat kategori, yakni Media Umum, Media BUMN dan Energi, Media Remaja dan Gaya Hidup, dan Media Olahraga.
Pesan Kunci	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berupaya menunjukkan komitmen tingginya terhadap perkembangan dunia sepak bola Indonesia. 2. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina membuka peluang untuk mewujudkan mimpi anak-anak Indonesia yang berbakat dalam bidang sepak bola, namun tidak memiliki cukup biaya. 3. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berharap dapat mengasah potensi anak-anak Indonesia sehingga tercipta atlet nasional berkualitas yang mampu bersaing di kancah internasional guna mengharumkan nama Indonesia
Objektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pengetahuan kalangan jurnalis akan program Pertamina Soccer School 2. Kehadiran media (<i>media attendance</i>) minimal 70% dari total keseluruhan media yang diundang. 3. Permintaan wartawan akan informasi Pertamina Soccer School minimal dua media dalam satu bulan. 4. Menghasilkan liputan positif minimal 70% dari total keseluruhan artikel yang dimuat dalam satu bulan.
Program	<p>Rangkaian kegiatan <i>media relations</i> Pertamina Soccer School yang terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertamina Soccer School on New Media 2. Media Gathering (Media Luncheon, Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School, serta Pertandingan Persahabatan dan Syukuran HUT

	<p>Pertamina Soccer School.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Workshop Jurnalis 4. Media Visit “Pertamina Soccer School Goes to Media” 5. Membentuk Komunitas Wartawan “Associated Press Football Fans” 6. Konferensi Pers “Pertamina Soccer School Goes to Milan dan Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina” 7. Exclusive Interview
Jadwal	<p>Januari - Desember 2013 dengan rincian sebagai berikut:</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertamina Soccer School on New Media: Januari - Desember 2013 2. Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”: 22 November 2013 3. Media Luncheon 1: 11 Februari 2013 dan Media Luncheon 2: 14 Mei 2013 4. Media Visit: Maret – April 2013 5. Komunitas Wartawan “Associated Press Football Fans”: Juni 2013 6. Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School: 18 Juli 2013. 7. Pertandingan Persahabatan dan Syukuran HUT Pertamina Soccer school: 21 September 2013 8. Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina: 28 Agustus 2013 dan Pertamina Soccer School Goes to Milan: 25 November 2013 9. Exclusive Interview: 16 Desember 2013
Anggaran	<p>Total anggaran yang dikeluarkan dalam seluruh rangkaian kegiatan Pertamina Soccer School ini sebesar</p>

	Rp. 336,480,000
Evaluasi	<p>Metode Evaluasi yang digunakan adalah metode input – output – outcome.</p> <p>Input: evaluasi terhadap segala proses yang berlangsung dalam rangka mengadakan kegiatan.</p> <p>Output: evaluasi terhadap sesuatu yang nyata (produk) terkait hasil kegiatan.</p> <p>Outcome: pengukuran dampak dan evaluasi hasil pelaksanaan program.</p>



EXECUTIVE SUMMARY

<p>Situation Analysis</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pertamina Soccer School is a football school that provided by PT Pertamina (Persero) as a Pertamina's responsible to Indonesia. The activities are contained positive activities enable to increase Pertamina's image and reputation as BUMN that has high comitment to born soccer star.</i> 2. <i>This activity hasn't been well known to all Indonesia yet because the media coverage hasn't been optimal yet.</i> 3. <i>The program needs PR efforts, group activities of media relations, that able to increase the knowledge and motivate journalists to write positive issues about Pertamina Soccer School.</i>
<p>Purpose</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Give the knowledge among journalists about Pertamina Soccer School Program,</i> 2. <i>Motivate journalists how to write positive issues about Pertamina Soccer School.</i> 3. <i>Achieve positive media coverage about Pertamina Soccer School.</i>
<p>Strategy</p>	<p><i>Do a group of media relation activities and engage available communication media facilities, included new media. The activities contained journalist workshop, media gathering, pers conference, journalist community and media visit.</i></p>
<p>Target Audience</p>	<p><i>The our targeted journalist is divided by 4 category, Media Umum, Energy and BUMN Media, Teen and lifestyle media and sport media</i></p>
<p>Key Messages</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>By Pertamina Soccer School, Pertamina try to show the high comitment towards Indonesia</i>

	<p><i>Football development.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 2. <i>By Pertamina Soccer School, Pertamina gives chances to make Indonesian's talented kids come true in football, that don't have enough money.</i> 3. <i>By Pertamina Soccer School, Pertamina expect that this program is able to so encourage Indonesian's kid potential that creating national qualiefied to compete in international football and make Indonesia proud</i>
Objectives	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Give journalist's knowledge about Pertamina Soccer School</i> 2. <i>Media attendance to 70% from total invited media.</i> 3. <i>Journalist's information requests about Pertamina Soccer School, 2 media in one month as a minimal ammount.</i> 4. <i>Achieve 70% positive media coverage from total published articles in one month</i>
Program	<p><i>The group of media relation activities in Pertamina Soccer School are:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pertamina Soccer School on New Media</i> 2. <i>Media Gathering (Media Luncheon, Fasting dinner with Pertamina Soccer School, and Friendship competition, Pertamina Soccer School's birthday ceremony.</i> 3. <i>Journalist workshop.</i> 4. <i>Media Visit "Pertamina Soccer School Goes to Media"</i> 5. <i>Make a journalist community "Associated Press Football Fans"</i> 6. <i>Press Conference "Pertamina Soccer School Goes to Milan dan Pertamina Soccer School Goes</i>

	<p><i>to Liga Pertamina”</i></p> <p>7. <i>Exclusive Interview</i></p>
Schedule	<p><i>January – December 2013, details are:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pertamina Soccer School on New Media: Januari - Desember 2013</i> 2. <i>Jurnalist Workshop ““Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School””: November 22nd 2013</i> 3. <i>Media Luncheon 1: Februari 11th 2013 dan Media Luncheon 2: Mei 14th 2013</i> 4. <i>Media Visit: Maret – April 2013</i> 5. <i>Komunitas Wartawan “Associated Press Football Fans””: Juni 2013</i> 6. <i>Fasting Dinner With Pertamina Soccer School: July 18th 2013.</i> 7. <i>Friendship Competition and Pertamina Soccer School’s Birthday Ceremony: September 21st 2013</i> 8. <i>Press Conference Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina: Agustus 28th 2013 dan Pertamina Soccer School Goes to Milan: November 25th 2013</i> 9. <i>Exclusive Interview: December 16th 2013</i>
Budget	<p><i>Total budget to release in this program is Rp 336,480,000</i></p>
Evaluation	<p><i>The evaluation method that used in this program is input – output – outcome method.</i></p> <p><i>Input: evaluation towards all process in this program.</i></p> <p><i>Output: evaluation towards all real things (Products) regarding with program output.</i></p> <p><i>Outcome: measurement of effect, and result’s program evaluation</i></p>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
RINGKASAN EKSEKUTIF	vii
EXECUTIVE SUMMARY	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Deskripsi Internal	2
1.2.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Pertamina (Persero) ...	2
1.2.2 Pertamina dan kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	3
1.2.3 Profil Pertamina Soccer School	5
1.2.4 Komunikasi Kegiatan Pertamina Soccer School.....	7
1.3 Deskripsi Eksternal	8
1.3.1 Kondisi Pemberitaan CSR di Media Massa dan Media Baru.....	8
1.3.2 Kondisi Persaingan Pemberitaan CSR di Media Massa dan Media Baru di Bidang Sepak Bola.....	9
1.3.3 Kondisi Penetrasi Media Massa dan Media Baru di Indonesia	11
1.3.4 <i>Media Clipping Analysis</i> Pemberitaan Pertamina Soccer School	14
1.4 Analisis SWOT	16
1.5 Pernyataan Masalah	18

2.	SOLUSI	
2.1	Solusi.....	19
2.2	Tujuan Program.....	20
	2.2.1 <i>Goals</i>	20
	2.2.2 Objektif Program.....	20
2.3	Justifikasi Program.....	20
	2.3.1 <i>Media Relations</i>	21
	2.3.2 Bentuk–bentuk Hubungan <i>Media Relations</i>	23
	2.3.3 Media Tradisional	26
	2.3.4 Media Baru.....	28
	2.3.5 Konsep <i>Media Cloverleaf</i>	33
	2.3.6 Komunikasi program CSR.....	35
	2.3.7 Siaran pers dan <i>Backgrounders</i>	36
	2.3.8 Evaluasi Kegiatan <i>Media Relations</i>	38
2.4	Khalayak Sasaran	40
2.5	Tema Besar.....	42
2.6	Pesan Kunci.....	42
3.	RINCIAN PROGRAM	
3.1	Deskripsi Umum	44
3.2	Strategi Program	45
3.3	Deskripsi Program.....	47
	3.3.1 Pertamina Soccer School on New Media.....	47
	3.3.1.1 <i>Website</i> Pertamina Soccer School.....	48
	3.3.1.2 Akun Jejaring Sosial Pertamina Soccer School.....	49
	3.3.2 <i>Workshop</i> jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”.....	49
	3.3.3 <i>Media Gathering</i>	51
	3.3.3.1 <i>Media Luncheon</i>	51
	3.3.3.2 Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School.....	52

3.3.3.3	Pertandingan Persahabatan dan Syukuran HUT Pertamina Soccer School	52
3.3.4	Media Visit.....	53
3.3.5	Komunitas Wartawan “ <i>Associated Press Football Fans</i> ..	54
3.3.6	Konferensi Pers	55
	<i>Exclusive Interview</i>	56
3.4	Rencana Kegiatan.....	57
	Budgeting	69
3.5	Timeline.....	70
4.	EKSEKUSI	
4.1	Persiapan Pra Rangkaian Kegiatan	71
4.1.1	Pembuatan Struktur Kepanitiaan dan Pembagian Tugas	71
4.2	Rangkaian Kegiatan	73
4.2.1	Pertamina Soccer School on New Media	73
4.2.1.1	Tahap Persiapan Pertamina Soccer School on New Media	73
4.2.1.2	Tahap Pelaksanaan Pertamina Soccer School on New Media.....	73
4.2.2	<i>Workshop</i> Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”.....	76
4.2.3	<i>Media Luncheon</i> 1	82
4.2.4	Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan.	86
4.2.5	<i>Media Luncheon</i> 2.....	88
4.2.6	Komunitas Wartawan “ <i>Associated Press Football Fans</i> ”	90
4.2.6.1	Materi Konten Milis.....	91
4.2.7	<i>Media Gathering</i> “Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School”.....	91
4.2.8	Konferensi Pers “Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina”	93
4.2.9	<i>Media Gathering</i> : Pertandingan Persahabatan dan HUT Pertamina Soccer School	97

4.2.10	Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan.....	104
4.2.11	Exclusive Interview.....	108
4.3	Pasca Kegiatan	109
4.3.1	Ucapan terima kasih	109
4.3.2	Rapat Evaluasi dan <i>Media Monitoring</i>	110
4.3.3	<i>Activity Report</i>	110
5.	EVALUASI	
5.1	Evaluasi Tahap <i>Input</i>	111
5.2	Evaluasi Tahap <i>Output</i>	112
5.3	Evaluasi Tahap <i>Outcome</i>	113
	DAFTAR PUSTAKA.....	114
	LAMPIRAN.....	xxi

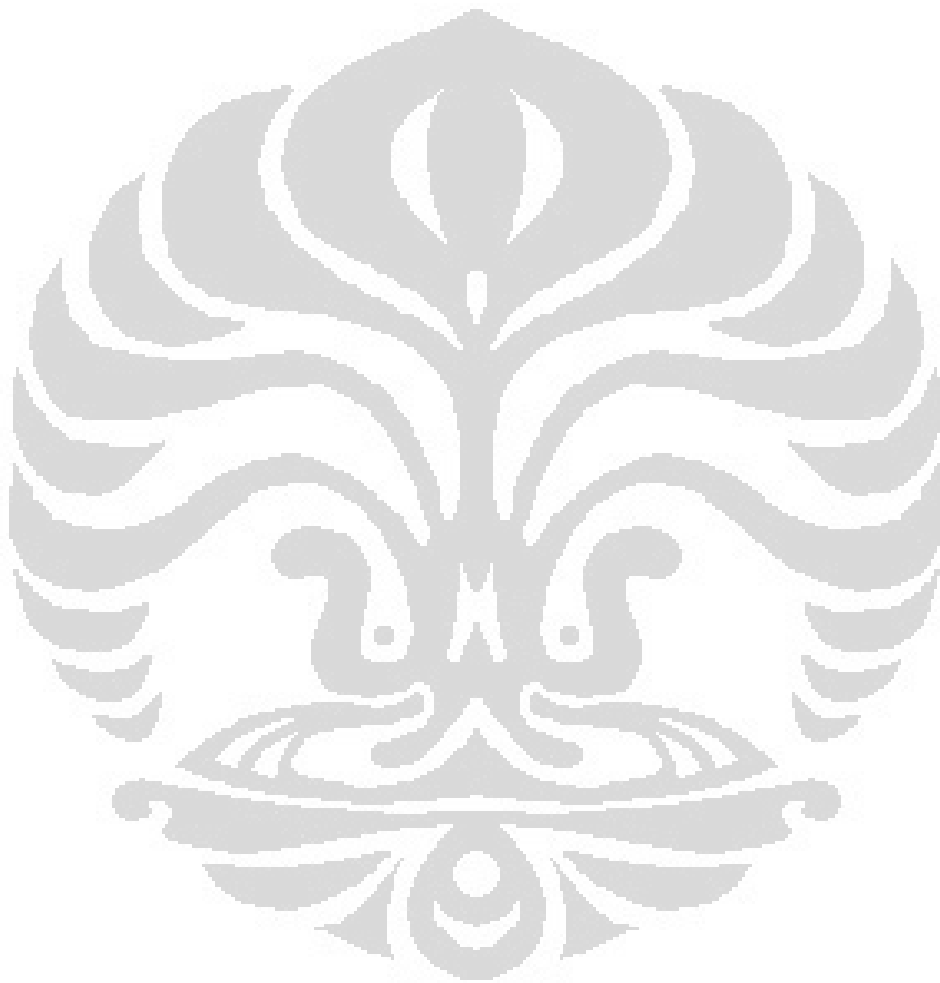
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Strategi Komunikasi Penyebaran Kegiatan Pertamina Soccer School.....	7
Tabel 1.2.	Komparasi Produk CSR di Bidang Sepak Bola	10
Tabel 1.3.	Komparasi Strategi Media Konvensional	11
Tabel 1.4.	Komparasi Strategi Media Baru	11
Tabel 2.1.	Daftar Undangan Media	41
Tabel 3.1.	Rencana Anggaran.....	69
Tabel 3.2.	Rencana waktu rangkaian kegiatan Pertamina Soccer School....	70
Tabel 4.1.	Struktur Kepanitiaan Rangkaian Kegiatan <i>Media Relations</i> Pertamina Soccer School	72
Tabel 4.2.	Konten Media Baru Pertamina Soccer School	73
Tabel 4.3.	Susunan Acara <i>Workshop</i> Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”	80
Tabel 4.4	Susunan Acara Media Visit.....	88
Tabel 4.5	Materi Konten Milis Associated Press Football Fans.....	91
Tabel 4.6	Susunan Acara Buka Puasa Bersama.....	93
Tabel 4.7	Susunan Acara Konferensi Pers PSS Goes to Liga Pertamina...95	
Tabel 4.8	Susunan Acara Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS.....	102
Tabel 4.9.	Susunan Acara Konferensi Pers PSS Goes to Milan	107
Tabel 5.1.	Evaluasi Tahap <i>Input</i>	111
Tabel 5.2.	Evaluasi Tahap <i>Output</i>	111
Tabel 5.3.	Evaluasi Tahap <i>Outcome</i>	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Konsep <i>Media Cloverleaf</i>	33
Gambar 2.2.	Model Piramida Penelitian <i>Public Relations</i>	38
Gambar 4.1.	Materi Desain <i>Website</i> PSS	73
Gambar 4.2.	Materi Desain Undangan Media	78
Gambar 4.3	Materi Desain <i>Cue Card MC</i>	78
Gambar 4.4.	Materi Desain <i>Backdrop</i>	79
Gambar 4.5.	Materi Desain <i>Goody Bag</i>	79
Gambar 4.6	Materi Desain Kalender Pertamina Soccer School 2013	80
Gambar 4.7.	Materi Desain USB Pertamina Soccer School	80
Gambar 4.8.	Denah Ruangan <i>Workshop</i> Jurnalis	82
Gambar 4.9.	Materi Undangan <i>Media Luncheon 1</i>	84
Gambar 4.10.	Lembar Konfirmasi Kehadiran <i>Media Luncheon 1</i>	85
Gambar 4.11	Materi <i>Story Board</i> Video Presentasi	87
Gambar 4.12	Materi Desain Gelas Cantik PSS	87
Gambar 4.13	Materi Desain <i>Backdrop</i>	91
Gambar 4.14	<i>Backdrop</i> PSS Goes to Liga Pertamina	95
Gambar 4.15	Materi Desain Notes PSS	95
Gambar 4.16	Materi Desain Layout Ruangan Konferensi Pers	97
Gambar 4.17	Materi Desain Undangan Media	99
Gambar 4.18	Materi Desain <i>Cue Card MC</i>	99
Gambar 4.19	Materi Desain Kaos Panitia Tampak Depan dan Belakang	100
Gambar 4.20	Materi Desain Rompi Peserta Tampak Depan dan Belakang	100
Gambar 4.21	Materi Desain Spanduk	101
Gambar 4.22	Materi Desain Papan Hadiah Juara 1	101
Gambar 4.23	Materi Desain Papan Hadiah Juara 2	101
Gambar 4.24	Materi Desain Papan Hadiah Pemenang Kategori “ <i>Man of the Match</i> ”	102
Gambar 4.25	Materi <i>Layout</i> Ruangan Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	104

Gambar 4.26 Materi Desain <i>Backdrop</i> Konferensi Pers PSS Goes to Milan.....	106
Gambar 4.27 Materi Desain Kasos PSS.....	106
Gambar 4.28 Materi Desain Layout Ruang Konferensi Pers.....	108



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kellie A. McElhaney dalam buku *Just Good Business: The Strategic Guide to Aligning Corporate Responsibility and Brand* mengungkapkan bahwa kegiatan CSR saat ini seharusnya telah memasuki tahapan *strategic CSR*, yang berarti kegiatan CSR yang dilakukan bukan lagi dipandang sebagai sebuah kegiatan yang hanya bersifat untuk mengurangi dampak operasional/ mitigasi resiko, tetapi untuk menambahkan keuntungan bagi perusahaan. Keuntungan tersebut pada akhirnya menjadi salah satu indikasi keberhasilan sebuah kegiatan CSR yang dapat diterjemahkan ke dalam meningkatnya citra dan reputasi perusahaan.

Upaya untuk meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap kegiatan CSR yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dibutuhkan proses komunikasi CSR yang tidak mudah. Salah satu upaya tersebut dilakukan melalui pemberitaan yang positif di media massa. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Julian Iskandar Muda, Senior Public Health Officer Divisi CSR PT Pertamina (Persero) bahwa *“Pemberitaan CSR penting untuk meningkatkan citra dan reputasi Pertamina, namun selama ini kegiatan CSR Pertamina masih belum tercium oleh media.”*

PT Pertamina (Persero) sebagai BUMN, yang juga merupakan perusahaan perseroan, perlu untuk memenuhi isi pemberitaan dengan hal-hal yang positif melalui pemberitaan program CSR yang dilaksanakan. Hal ini dilakukan guna mendukung visinya menjadi perusahaan energi kelas dunia. Pertamina dalam segi komunikasi bisnisnya harus mampu bersaing secara internasional untuk meningkatkan kepercayaan khalayak bahwa Pertamina mampu mewujudkan visinya tersebut.

1.2 Deskripsi Internal

1.2.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Pertamina (Persero)

Hadir sejak 10 Desember 1957, PT PERTAMINA (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Persero terbesar yang bergerak di sektor minyak, gas, dan energi. Meskipun di dalam tubuh Pertamina pernah mengalami masa transformasi pasca bergulirnya UU No. 8 tahun 1971 menjadi UU Republik Indonesia No. 22 tahun 2001 pada 23 November 2001, yang cukup membawa perubahan drastis, kemajuan yang dicapai Pertamina perlulah diperhitungkan. Berbagai upaya perbaikan dan inovasi terus dilakukan sesuai dengan tuntutan kondisi global seiring dengan langkah Pertamina menjalankan peran strategisnya dalam perekonomian nasional.

Dengan moto “Semangat Terbarukan” yang dicanangkan, Pertamina ingin menunjukkan komitmennya dalam menciptakan alternatif baru dalam penyediaan sumber energi yang lebih efisien, berkelanjutan, dan berwawasan lingkungan. Pertamina bergerak maju untuk mendukung visi perusahaan, yakni Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia, yang ditargetkan akan tercapai pada tahun 2023. Dalam mendukung visi tersebut, Pertamina menetapkan misinya yakni menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat. Pertamina juga menetapkan strategi jangka panjang perusahaan, yaitu “*Aggressive in Upstream, Profitable in Downstream*”. Perusahaan berupaya untuk melakukan ekspansi bisnis hulu dan menjadikan bisnis sektor hilir migas lebih efisien dan menguntungkan.

Pertamina selalu berkomitmen untuk melaksanakan praktik *Good Corporate Governance* atau tata kelola perusahaan yang baik sebagai bagian dari usaha untuk pencapaian visi dan misi perusahaan. Komitmen ini diterjemahkan ke dalam Tata Nilai PT Pertamina (Persero) yang diimplementasikan dalam kegiatan sehari-hari yang terkait dengan etika bisnis dan tata perilaku. Tata Nilai tersebut adalah 6C, yaitu *Clean, Competitive, Confident, Customer Focused, Commercial* dan *Capable*.

Selain keenam tata nilai tersebut, Pertamina juga terus berkomitmen untuk senantiasa menjalankan program sosial dan lingkungan secara terprogram dan

terstruktur. Program tanggung jawab sosial yang dijalankan ini merupakan perwujudan dari kepedulian serta tanggung jawab perusahaan kepada seluruh *stakeholders*. Pertamina, sebagai perusahaan kebanggaan milik bangsa, menyadari kewajibannya untuk turut berkontribusi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi untuk kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

1.2.2 Pertamina dan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, Pertamina senantiasa berupaya untuk memberikan yang terbaik serta berkontribusi nyata bagi kesejahteraan bangsa dan negara dalam memanfaatkan setiap potensi yang dimiliki Indonesia. Kontribusi nyata tersebut tertuang dalam kegiatan Tanggung Jawab Sosial/*Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan secara terintegrasi.

Sesuai dengan visi Pertamina, menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia, kegiatan CSR Pertamina juga dilakukan untuk memberikan nilai tambah kepada seluruh pemangku kepentingan. Beberapa kriteria telah ditetapkan untuk mendukung tujuan tersebut, di antaranya kegiatan CSR diharapkan dapat saling memberi manfaat, dilakukan secara prioritas pada wilayah operasi dan daerah yang terkena dampak operasional, mengembangkan energi hijau dan selaras dengan PROPER-LH, sosialisasi dan publikasi yang efektif, serta program yang berkelanjutan.

Selain itu, kegiatan CSR Pertamina juga berpedoman pada Undang-Undang No. 19 tahun 2003 tentang BUMN dan Undang-undang No 40 tahun 2007 tentang kewajiban Perseroan Terbatas. Kegiatan CSR Pertamina juga mengacu pada ISO 26000 yang memiliki tujuh pendekatan, yakni *Community Involvement and Development, Human Rights, Labor Practices, Fair Operating Practices, Consumer Issues, The Environment, dan Organizational Governance*.

Kegiatan CSR Pertamina dibagi ke dalam empat pilar, yakni pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur dan bencana, di mana melalui pilar-pilar tersebut terdapat program-program unggulan yang bertujuan untuk meningkatkan citra dan reputasi Pertamina.

Sesuai dengan komitmen perusahaan untuk turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat, salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui

peningkatan pendidikan. Kegiatan CSR Pertamina dalam bidang pendidikan antara lain OSN Pertamina, Beasiswa Pertamina, Pertamina Youth Program, Pertamina Goes to Campus, Pertamina Peduli Pendidikan, dan yang terbaru adalah Pertamina Soccer School.

Selain pendidikan, Pertamina juga peduli terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui program-program kesehatan. Kegiatan CSR Pertamina dalam bidang kesehatan adalah Pertamina Sehati, Bright with Pertamina sebagai bantuan pemberian kacamata gratis kepada lebih dari 20.000 siswa tidak mampu untuk mendukung proses belajar mereka, dan Clino Gigi Sehat.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri yang memanfaatkan kekayaan alam, Pertamina juga tidak lupa berkontribusi bagi lingkungan hidup dan pelestarian alam. Wujud nyata dari kontribusi ini diterapkan ke dalam program-program, antara lain Pertamina Menabung 100 juta Pohon, Sekolah Sobat Bumi, Ecopreurship yang menciptakan 10.000 wirausaha baru berbasis pelestarian lingkungan, dll.

Kegiatan CSR Pertamina juga secara aktif berkontribusi bagi peningkatan infrastruktur dan cepat tanggap terhadap bencana alam yang kerap kali tercipta di tanah air, Indonesia. Dalam peningkatan infrastruktur, kegiatan CSR Pertamina juga tidak lepas dari pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dalam bentuk program Desa Binaan. Pertamina bekerja sama dengan berbagai instansi untuk mengadakan pelatihan-pelatihan kegiatan Usaha Kecil Menengah (UKM) bagi masyarakat, khususnya sekitar daerah operasional Pertamina.

Berkat upaya CSR yang telah dilakukan Pertamina meraih beberapa penghargaan yang cukup bergengsi, di antaranya:

- **Penghargaan MURI** atas Rekor Pembagian Kacamata Secara Serentak di 9 Kota dengan jumlah terbanyak pada tahun 2010.
- **Penghargaan Social Empowerment** untuk program Bright with Pertamina pada ajang *Asia Responsible Entrepreneurship Awards (AREA) Southeast Asia 2011* yang diselenggarakan oleh Enterprise Asia tanggal 10 Juni 2011, untuk Program CSR Bright with Pertamina.

- **Penghargaan Indonesia Sustainability Report Award 2011** Winner– Best CSR Disclosure on Annual Report 2010 dan Runner Up 2–Best Sustainability Reporting on Website 2011
- **Penghargaan Indonesia CSR Award Kementerian Sosial RI**, pada tanggal 16 Desember 2011, untuk program Desa Binaan dan program Green Act.
- **The Indonesian Most Committed CEO for CSR 2012** dari The La Tofi School of CSR.
- **Sindo CSR Award 2012**, dari Harian Seputar Indonesia bersama Kementerian Sosial RI tanggal 16 Mei 2012 untuk program CSR Lingkungan

1.2.3 Profil Pertamina Soccer School

Pertamina Soccer School merupakan salah satu kegiatan CSR Pertamina yang menggabungkan dua bidang, yakni pendidikan dan olahraga, khususnya sepak bola. Pertamina Soccer School adalah sebuah sekolah sepak bola berkualitas yang didirikan untuk memberi kesempatan bagi mereka yang memiliki keahlian di bidang sepak bola, namun tidak memiliki cukup dana untuk masuk ke sekolah–sekolah sepak bola yang tersedia. Selain pelatihan sepak bola, mereka juga diberikan pembekalan akademis.

Berbeda dengan sekolah bola lainnya, beasiswa ini diberikan kepada siswa–siswa berusia 14–15 tahun. Usia ini merupakan usia yang tepat karena setelah tiga tahun masa pendidikan diharapkan mereka dapat langsung masuk ke klub–klub sepak bola dan dapat bertanding di kancah internasional. Pendidikan yang akan diberikan meliputi dua hal, yakni dalam bidang akademis melalui kegiatan *home schooling* yang bekerja sama dengan Universitas Indonesia dan Yayasan Lab School Jakarta, sedangkan sekolah untuk pelatihan sepak bola bekerja sama dengan AC Milan Junior Camp.

Akhir Juni 2012 lalu, sebanyak 17 siswa sudah terpilih untuk mengikuti kegiatan Pertamina Soccer School ini. 17 siswa tersebut lolos dalam proses seleksi yang diselenggarakan di 5 kota besar di Indonesia, yakni Jakarta, Palembang, Balikpapan, Makassar, dan Malang. Peserta Pertamina Soccer School akan

diberikan pendidikan selama tiga tahun sebelum dilepas ke klub-klub profesional. Guna memenuhi kuota sebanyak 24 siswa, maka 7 orang sisanya dipilih dari peserta dari Liga Kompas, Sekolah Sepak Bola Emsyk Papua, dan alumni AC Milan Junior Championship tahun 2011.

Proses seleksi Pertamina Soccer School ini meliputi beberapa aspek. Aspek yang diperhatikan di dalam pemilihan bibit-bibit unggul ini adalah tes kesehatan, psikotes, tes pengetahuan umum, kemampuan bermain sepak bola, dan keterangan status ekonomi orang tua. Dengan adanya Pertamina Soccer School, Pertamina ingin menunjukkan kepeduliannya terhadap kondisi sepak bola tanah air. Pertamina berusaha untuk mengakomodasi dan memfasilitasi kemampuan yang dimiliki peserta didik agar dapat berkembang dan menjadi kebanggaan Indonesia.

Pada 3 September 2012, para peserta Pertamina Soccer School sebanyak 24 siswa sudah menetap di akomodasi yang disediakan oleh Pertamina, yakni berlokasi di Pertamina Learning Center (PLC), Simprug. Selama tiga tahun mereka akan menetap di PLC untuk mendapatkan pelatihan dan pembekalan terkait dunia sepak bola.

Guna memperkenalkan kegiatan ini, Pertamina Soccer School telah melaksanakan kegiatan peresmian dan peluncuran pada tanggal 15 September 2012 di Gelanggang Olahraga Pertamina, Simprug, Jakarta Selatan. Sejumlah pengisi acara tampak hadir memeriahkan acara. Acara ini dipandu oleh duo MC Gading Marten dan Terry Putri. Selain itu hadir pula grup band Netral dan tari-tarian tradisional.

Dalam waktu dekat ini, ada dua *event* besar yang sedang dipersiapkan oleh Pertamina Soccer School. Pertama, keikutsertaan delapan siswa Pertamina Soccer School dalam AC Milan Junior Camp di Sao Paulo, Milan. Kedua, para siswa Pertamina Soccer School dipersiapkan untuk mengikuti pertandingan liga U-16 yang akan digelar tahun 2013 oleh Pertamina.

Ada tiga alasan mengapa Pertamina memilih cabang olahraga sepak bola. Pertama, sepak bola merupakan salah satu olahraga yang dipersepsikan dapat menyatukan masyarakat Indonesia. Kedua, Indonesia memiliki populasi sekitar 260 juta jiwa. Dari banyaknya populasi tersebut, Pertamina mengharapkan melalui Pertamina Soccer School dapat menciptakan 24 pemain berbakat kelas dunia.

Ketiga, dengan adanya Pertamina Soccer School diharapkan dapat menjadi salah satu ikon sekolah sepak bola terbaik untuk sekolah atau klub–klub sepak bola lainnya di Indonesia.

1.2.4 Komunikasi Kegiatan Pertamina Soccer School

Sesuai dengan salah satu kriteria pelaksanaan program CSR Pertamina, yakni mengenai sosialisasi dan publikasi yang efektif, Pertamina telah menetapkan strategi langkah–langkah komunikasi bagi program Pertamina Soccer School yang dilaksanakan. Komunikasi kegiatan Pertamina Soccer School sebagai salah satu kegiatan CSR Pertamina ini bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan yang terkait.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Nancy Lee (2005) bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan. Bagi Pertamina, komunikasi kegiatan CSR-nya tentu dapat menciptakan citra dan reputasi yang positif. Ditambah lagi dengan potensi anak muda tanah air dalam olahraga sepak bola, namun masih terbatasnya fasilitas sekolah sepak bola yang dapat menjangkau kalangan menengah ke bawah tersebut.

Bagi masyarakat luas sendiri, komunikasi kegiatan Pertamina Soccer School ini juga dapat memberikan informasi serta referensi sarana pendidikan berbentuk beasiswa sekolah sepak bola. Mereka yang membutuhkan dapat mengejar beasiswa ini di tahun–tahun mendatang sebagai upaya mereka dalam menggapai cita–cita menjadi pemain sepak bola yang handal.

Divisi Media Pertamina telah melakukan beberapa upaya untuk mengomunikasikan kegiatan Pertamina Soccer School kepada khalayak, baik internal maupun eksternal, diantaranya:

Tabel 1.1 Strategi Komunikasi Penyebaran Kegiatan Pertamina Soccer School
(Sumber: Pertamina, 2012)

No.	Tools	Deskripsi
Khalayak Eksternal		
1.	<i>Micro-website</i>	Divisi Media Pertamina sebanyak satu kali menyampaikan siaran berita mengenai kegiatan Pertamina Soccer School pada bagian <i>news release</i> di <i>website</i> tersebut. www.pertamina.com

2.	<i>Social Media</i>	Pertamina juga menyebarkan informasi peluncuran program Pertamina Soccer School melalui salah satu media sosialnya, yakni akun Twitter Pertamina, @PTPERTAMINA.
Khalayak Internal		
1.	Media Pertamina	Divisi Media Pertamina menampilkan pemberitaan mengenai Pertamina Soccer School sebanyak satu kali pada Media Pertamina sebagai media komunikasi internal Pertamina yang berbentuk tabloid dan terbit setiap minggu. Di dalamnya terdapat rubrik <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> yang terdiri sebanyak dua halaman.
2.	Pertamina TV	Pertamina TV merupakan stasiun TV milik Pertamina yang diciptakan untuk menampilkan liputan–liputan kegiatan Pertamina yang dipasang di beberapa televisi yang terdapat di lingkungan kantor Pertamina. Pertamina TV menghasilkan satu video liputan mengenai Pertamina Soccer School.

1.3 Deskripsi Eksternal

1.3.1 Kondisi Pemberitaan CSR di Media Massa dan Media Baru

Banyaknya persoalan yang dihadapi oleh negara berkembang seperti Indonesia mendesak perusahaan tidak dapat tutup mata. Perusahaan dituntut untuk ikut membantu sejumlah permasalahan tersebut melalui inisiatif yang sering disebut sebagai kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Persoalan–persoalan tersebut umumnya meliputi kemiskinan, kualitas kesehatan, serta sarana dan prasana penunjang pendidikan.

Fenomena tersebut mulai mendapat sorotan media. Dukungan media dalam mengangkat pemberitaan kegiatan CSR di media massa cukup besar. Hal ini ditunjukkan melalui peran media yang berperan menginformasikan kegiatan CSR dalam mengatasi permasalahan bangsa tersebut. Hanya saja media masih melihat dari bagaimana perusahaan mengemas informasi kegiatan CSR yang dilaksanakan.

Maraknya kegiatan CSR yang masih dipahami secara berbeda oleh perusahaan yang melakukannya juga dapat menjadi boomerang bagi perusahaan itu sendiri. Media dapat mengkritisi keberadaan CSR yang dilakukan untuk mengalihkan permasalahan yang sebenarnya. Media juga masih melihat kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan belakangan ini bukan sebagai investasi sosial, melainkan hanya sebagai pemenuhan kewajiban semata.

Tidak dapat dielakkan, media memainkan peranan yang cukup besar untuk menyebarluaskan kabar tentang kegiatan CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan kepada khalayak ramai. Oleh karena itu, kontinuitas pemberian

informasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan untuk menunjukkan kesungguhan perusahaan dalam menjalankan suatu program CSR.

1.3.2 Kondisi Persaingan Pemberitaan CSR di Media Massa dan Media Baru di Bidang Sepak Bola

Dewasa ini setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menampilkan citra baiknya di mata publik agar mendapatkan opini positif dari masyarakat. Subjek yang dipilih penulis ialah PT Pertamina (Persero), salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berkecimpung di bidang minyak, gas, dan energi. Sebagai salah satu perusahaan BUMN persero, PT Pertamina (Persero) dalam menjalankan roda bisnisnya wajib melaksanakan Undang-Undang No. 19 tahun 2003 tentang BUMN dan Undang-undang No 40 tahun 2007 tentang kewajiban Perseroan Terbatas. Hal inilah yang melahirkan berbagai tanggung jawab sosial yang dilaksanakannya.

Namun, tidak dapat dipungkiri dalam perspektif bisnis, dilaksanakannya kegiatan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan tentu harus mengacu pada unsur *profit*. Dengan kata lain, dalam melaksanakan kegiatan CSR-nya, Pertamina juga memikirkan nilai tambah yang akan diperoleh setelah melaksanakan kegiatan tersebut. Salah satu nilai tambah yang dimaksud ialah meningkatnya citra dan reputasi positif bagi Pertamina.

Sayangnya, hingga saat ini program yang telah memulai kegiatannya dari bulan Juni 2012, kurang mendapatkan *coverage* dari media massa. Dari beberapa kegiatan Pertamina Soccer School, mulai dari tahap audisi, pengumuman pemenang, hingga kegiatan peluncuran hanya ditemukan 31 pemberitaan di media massa. Menurut penulis, angka ini masih kurang untuk mampu memperkenalkan Pertamina Soccer School kepada masyarakat luas. Padahal seharusnya melalui kegiatan sebesar ini, Pertamina dapat mendapatkan nilai tambah bagi citra dan reputasinya sebagai perusahaan BUMN yang berkomitmen tinggi dalam mencetak generasi unggul dalam bidang sepak bola.

Dari sekian banyak perusahaan yang mensponsori kegiatan sepak bola di Indonesia, penulis menggunakan dua kompetitor utama sebagai komparasi untuk

Pertamina Soccer School dalam memperkenalkan Pertamina Soccer School ke ruang publik. Dua kompetitor tersebut adalah Djarum dan Danone.

- Djarum

Hadir sejak tahun 1950, Djarum adalah perusahaan rokok asli Indonesia yang mendirikan pabriknya di Kudus, Jawa Tengah. Perusahaan Djarum terus berkembang pesat hingga berhasil memasarkan produknya hingga keluar negeri. Djarum sebagai salah satu manufaktur rokok terbesar di Indonesia memiliki inisiatif yang tinggi dalam bidang sosial/ *corporate social responsibility* selaras dengan kegiatan bisnisnya. Djarum mulai secara aktif mensponsori kegiatan Liga Super Indonesia sejak tahun 2008 dan memposisikan dirinya sebagai mitra PSSI dalam mengembalikan kejayaan sepak bola Indonesia.

- Danone

Grup Danone adalah perusahaan multinasional yang berasal dari Eropa yang telah lama hadir di Indonesia. Grup Danone memproduksi berbagai jenis makanan dan minuman. Di bidang sepak bola sendiri, Danone telah aktif menyelenggarakan Danone Nations Cup sejak tahun 2002. Danone memperkenalkan program Danone Nations Cup sebagai bagian dari kampanye “Semua Berawal Dari Kita” yang digagasnya.

Tabel 1.2 Komparasi Produk CSR di Bidang Sepak Bola

Pertamina	Djarum	Danone
Setelah aktif mensponsori Liga Pertamina dan Indonesian All Star, Pertamina merambah lebih jauh di dunia sepak bola dengan mendirikan sekolah sepak bola bernama Pertamina Soccer School. Sekolah sepak bola ini menyediakan beasiswa bagi siswa-siswa kurang mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.	Djarum aktif mensponsori kegiatan Liga Super Indonesia, yakni kompetisi sepak bola antar klub profesional di Liga Indonesia, sejak tahun 2008.	Danone Indonesia menyelenggarakan Danone Nations Cup Indonesia, dengan peserta usia 10-12 tahun, kemudian pemenangnya akan mengikuti ajang Danone Nations Cup di Canada setiap tahunnya.

Tabel 1.3 Komparasi Strategi Media Konvensional

Pertamina	Djarum	Danone
Mengundang media dalam acara peluncuran perdana Pertamina Soccer School (Pertamina, 2012)	Menggelar konferensi pers ¹	Mengundang media untuk meliput audisi Danone Nations Cup Indonesia 2012 ²
Menggelar konferensi pers (Pertamina, 2012)		Menggelar konferensi pers ³
		Mengadakan lomba "football supporter photo competition" yang berhadiah ipod nano

Tabel 1.4 Komparasi Strategi Media Baru

Pertamina	Djarum	Danone
Belum memiliki <i>website</i> khusus Pertamina Soccer School	Memiliki web portal berita sendiri. (http://www.supersoccer.co.id/) Namun, tidak dapat mencantumkan tulisan Djarum pada <i>website</i> tersebut.	Memiliki <i>website</i> sendiri (http://www.danonenationscup.com/en/country/id) dengan tampilan yang menarik dan informasi yang lengkap.
Belum memanfaatkan situs jejaring sosial	Mengunggah <i>television commercial</i> -nya yang bertema sepak bola pada situs Youtube.	Mengunggah video pertandingan di situs Youtube

1.3.3 Kondisi Penetrasi Media Massa dan Media Baru di Indonesia

Berbeda dengan fenomena yang terjadi di beberapa negara maju, di mana tingkat kepercayaan penduduknya terhadap media massa berkurang, Indonesia masih menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap media. Bahkan

¹ Dikutip dari <http://www.supersoccer.co.id/berita/handojo-pt-djarum-tak-terpisahkan-dari-sepakkbola-nasional/>, diakses pada 10 Desember 2012

² Dikutip dari <http://groups.yahoo.com/group/wartawan/message/9773>, diakses pada 10 Desember 2012

³ Dikutip dari <http://permalink.gmane.org/gmane.culture.media.mediacare/83948>, diakses pada 10 Desember 2012

berdasarkan survei Edelman⁴ Trust Barometer, media menjadi institusi yang paling dipercaya oleh penduduk jika dibandingkan dengan beberapa institusi lainnya seperti korporasi (78%) dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) (53%)⁵.

Meskipun mengalami penurunan sekitar 6%, tingkat kepercayaan penduduk Indonesia terhadap media massa masih menunjukkan angka yang cukup tinggi dan stabil, yakni sekitar 80%. Fenomena ini cukup berbeda jika dibandingkan dengan Jepang dan Brazil di mana tingkat kepercayaan terhadap media menurun.

Menurut data yang sama, sebanyak 61% koresponden membutuhkan pengulangan informasi agar dapat memercayai suatu informasi. Setidaknya dibutuhkan tiga sampai lima kali pengulangan informasi agar dapat percaya akan sebuah informasi yang diterimanya.

Hasil survei yang sama juga memaparkan adanya peningkatan pada media tradisional dan media sosial sebagai sumber informasi ketika kalangan elit (25 - 64 tahun) mencari informasi mengenai perusahaan. Kepercayaan terhadap media tradisional meningkat dari 29% di tahun 2011 menjadi 44% di tahun 2012. Kepercayaan terhadap *online multiple source* meningkat dari 23% menjadi 31%, dan kepercayaan terhadap media sosial meningkat dari 8% menjadi 18%. Sedangkan, pada tingkat kepercayaan pada media korporat tidak mengalami peningkatan, yakni 23%.

Selain itu, menurut data yang dihimpun oleh Boston Consulting Group (BCG) Digital, pada tahun 2009, menunjukkan pengguna internet di Indonesia adalah sekitar 12%⁶. Data ini juga mengungkapkan bahwa 47% dari pengguna internet tersebut menggunakan internet untuk membaca berita. Situs portal berita

⁴ Survei ini merupakan survey tahunan global ke-12 dan ke-4 bagi Indonesia, yang mengukur kepercayaan dan kredibilitas terhadap dunia usaha, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dan media. Survei ini dilakukan di 25 negara, termasuk 9 negara di kawasan Asia Pasifik (Indonesia, Cina, Singapura, India, Jepang, Korea Selatan, Hongkong, Malaysia, dan Australia.) dengan melibatkan lebih dari 30.000 responden. Di Indonesia, survei ini melibatkan 1.000 responden.

⁵ Dikutip dari <http://www.edelman.com/trust>, diakses pada 10 November 2012.

⁶ Dikutip dari <http://www.bcg.com/documents/file58645.pdf>, diakses pada 14 Desember 2012

online di era ini juga memperlihatkan peranan yang signifikan bagi penyebaran informasi. Berdasarkan data tersebut, situs yang paling populer dikunjungi adalah situs portal Detik dan Kompas.

Tingginya tingkat penggunaan internet, termasuk koran elektronik yang kian tinggi saat ini, rupanya tidak menyurutkan jumlah pembaca media-media konvensional, seperti koran cetak. Berdasarkan survei⁷ yang dilaksanakan oleh Nielsen, tahun 2011, menyebutkan 55.8% konsumen di Indonesia masih memilih koran sebagai media pemberitaan yang terpercaya. 28.2% memilih koran untuk mencari berita-berita seputar olahraga. Di samping itu, 20.8% pembaca meminati pemberitaan kriminal, dan 19.4% berita politik⁸.

Hasil survei yang sama juga menemukan bahwa pembaca koran umumnya adalah laki-laki berusia 20 hingga 29 tahun dari golongan menengah ke atas. Para pembaca tersebut umumnya menghabiskan waktu sekitar 32 – 33 menit per hari untuk membaca koran. Secara keseluruhan, jumlah pembaca koran meningkat dari 0.3 % sejak awal tahun 2011 ke pertengahan 2011. Beberapa kota besar di Indonesia yang menunjukkan pertumbuhan pembaca yang positif adalah Jabodetabek, Palembang, Yogyakarta dan sekitarnya, serta Bandung dan sekitarnya.

Bagi kalangan jurnalis, Dewan Pers mengadakan survei yang dilakukan di tahun 2012 mengenai penggunaan konten di media sosial untuk informasi peliputan dan penulisan berita oleh jurnalis⁹. Berdasarkan survei tersebut, ditemukan bahwa 76% responden menggunakan sarana jejaring sosial untuk memantau informasi mengenai perkembangan suatu peristiwa, 31% untuk mencari sumber berita, 24% untuk mencari bahan berita, 46% untuk sumber ide

⁷ Survei oleh Nielsen ini dilaksanakan di sembilan kota di Indonesia, yakni Jabodetabek, Bandung (termasuk Lembang, Padalarang, Cimahi, Soreang, Majalaya, dan Cicalengka), Surabaya (Gresik, Jakarta, Mojokerto, Tasikmalaya, dan Lamongan), Semarang (termasuk Kendal, Ambarawa, dan Demak), Medan, Makassar, Yogyakarta (termasuk Sleman dan Bantul), Denpasar, dan Palembang

⁸ Dikutip dari http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter_Jul_2011-eng.pdf, diakses pada 12 November 2012.

⁹ Survei ini dilakukan kepada 157 orang wartawan yang mewakili 27 provinsi di Indonesia. Jawaban jurnalis boleh (ada) lebih dari satu.

berita, dan 16% sebagai sarana verifikasi berita. Selain itu, ditemukan pula sebanyak 46% rekan-rekan jurnalis kerap memanfaatkan akun jejaring sosial twitter untuk memperoleh informasi. Data ini menunjukkan adanya kecenderungan kalangan jurnalis untuk memperoleh informasi melalui media-media sosial yang sangat banyak variasinya saat ini.

Berdasarkan data di atas, penulis menyimpulkan bahwa perusahaan tidak dapat menutup mata untuk tidak memanfaatkan semua saluran komunikasi tersedia saat ini untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas. Perusahaan harus memaksimalkan penggunaan media-media tersebut untuk menyebarluaskan informasi positif yang telah dilakukan oleh perusahaannya, termasuk kegiatan CSR yang dilaksanakan.

1.3.4 *Media Clipping Analysis* Pemberitaan Pertamina Soccer School

Berdasarkan metode *media content analysis* yang dilakukan oleh penulis dengan dua cara, yakni menggunakan arsip *online* dan arsip Pertamina. Penulis menemukan empat pemberitaan Pertamina Soccer School di media tradisional, yakni koran dan sebanyak 28 pemberitaan pada situs-situs portal berita *online*, dalam rentang waktu Juni hingga September 2012. Rentang waktu tersebut dipilih karena terdapat beberapa kegiatan Pertamina Soccer School yang berkaitan dengan media. Kegiatan tersebut di antaranya, kegiatan audisi di beberapa kota di Indonesia, pengumuman pemenang audisi, dan peluncuran Pertamina Soccer School.

Dalam rentang waktu tersebut, hampir sebagian besar pemberitaan berasal dari media nasional, yakni sebanyak 23 pemberitaan. Sisanya berasal dari media daerah, yakni sebanyak sembilan pemberitaan. Seluruh pemberitaan merupakan hasil upaya kegiatan *public relations* Pertamina. Data tersebut menunjukkan bahwa Pertamina harus bersikap lebih pro aktif untuk memaparkan informasi ke media. Secara umum, klasifikasi media tersebut beragam sehingga tidak hanya berasal dari media berjenis olahraga (sepak bola), tetapi juga media-media umum.

Dilihat dari segi judul, berita yang muncul didominasi oleh berita-berita dengan *tonality* netral, yakni sebanyak 27 pemberitaan. Sisanya, yakni sebanyak empat pemberitaan memiliki judul berita dengan *tonality* positif. Berita-berita

dengan judul berita positif berasal dari media Republika, Plg-ekspres.blogspot.com, Bola.net, dan Antaraneews.com. Hasil tersebut menandakan perlu ada upaya yang lebih giat lagi agar kualitas pemberitaan netral berubah menjadi positif sebagaimana yang diharapkan.

Dilihat dari segi isi pemberitaan, didominasi oleh topik-topik dengan *tone* netral sisanya *tone* positif, yakni sebanyak 26 dari 31 pemberitaan. Topik-topik netral umumnya hanya memaparkan tentang kegiatan Pertamina Soccer School tanpa memberikan opini positif terhadap kegiatan ini, sedangkan topik-topik positif umumnya mengulas pemberitaan dengan memasukkan opini mereka terhadap kegiatan ini. Topik positif sebagian besar mengangkat kepedulian Pertamina terhadap sepak bola Indonesia sehingga mendirikan Pertamina Soccer School. Hasil ini merupakan tantangan tersendiri bagi tim *media relations* Pertamina untuk semakin meningkatkan hubungan yang mutualisme dengan media untuk mendapatkan pemberitaan yang lebih berkualitas.

Pemberitaan dari bulan Juni hingga pertengahan Agustus 2012 sebanyak 11 pemberitaan memuat nama AC Milan, sebagai bagian dari tim pelatih, pada bagian judul. Sebanyak 3 judul pemberitaan menyatakan AC Milan sebagai penyedia beasiswa/ penggagas ide dilaksanakannya sekolah sepak bola. Hal ini tentu dapat mengurangi nilai pemberitaan bagi Pertamina sebagai penyelenggara program Pertamina Soccer School. Namun di satu sisi, nama AC Milan yang mendunia dapat menjadi hal yang positif, guna mendukung visi Pertamina menjadi *world class*.

Setelah dilaksanakannya peluncuran program Pertamina Soccer School pada 15 September 2012, judul dan isi pemberitaan lebih terfokus pada Pertamina sebagai penyelenggara kegiatan Pertamina Soccer School. Hal ini ditandai dengan berkurangnya nama AC Milan pada judul pemberitaan menjadi satu pemberitaan. Pada bagian isi juga dipaparkan bahwa AC Milan merupakan tim pelatih pada kegiatan ini.

Dilihat dari kutipan narasumber yang ditampilkan, narasumber yang pendapatnya paling sering muncul untuk dikutip adalah Direktur Utama Pertamina, Karen Agustiawan. Selain itu, terdapat pula kutipan pendapat dari Direktur Eksekutif Pertamina Foundation, Nina Nurlina, dan Vice President

Corporate Communication, Ali Mundakir. Pendapat narasumber tersebut dianggap penting oleh media dilihat dari keberadaannya hampir di setiap pemberitaan.

Semua pemberitaan yang dihasilkan berjenis *self generated*, di mana ini artinya setiap pemberitaan yang didapatkan berasal dari upaya yang dilakukan oleh humas Pertamina. Upaya yang dilakukan tersebut berupa konferensi pers yang mengundang media.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan keunikan sudut pandang dalam pemberitaan melalui media Republika. Pemberitaan pada media Republika lebih menyoroti siswa-siswa yang berhasil meraih beasiswa Pertamina Soccer School ini. Republika membahas mengenai cita-cita serta harapan mereka sebagai anak bangsa berprestasi. Hal ini sangat baik bagi Pertamina karena dapat memperkaya informasi mengenai Pertamina Soccer School bagi para pembacanya melalui sudut pandang yang berbeda. Pada bagian awal, Republika menampilkan jawaban dari para peraih beasiswa mengenai harapan dan cita-cita mereka. Hal ini dapat menambah efek psikologis bagi para pembaca karena umumnya jawaban mereka merepresentasikan harapan anak bangsa berprestasi namun berasal dari golongan menengah ke bawah.

1.4 Analisis SWOT

Strength

- Kegiatan Pertamina Soccer School memiliki *news value* yang tinggi, khususnya di tengah keadaan sepak bola tanah air yang tengah terpuruk. Kegiatan Pertamina Soccer School mampu meningkatkan citra dan reputasi Pertamina.
- Pertamina merupakan perusahaan besar, di mana berita seputar kegiatan Pertamina cukup diminati oleh jurnalis.
- Publikasi atau pemberitaan CSR yang dilaksanakan didukung penuh oleh jajaran direksi.

Weakness

- Divisi Media Pertamina kurang menaruh perhatian pada komunikasi program CSR-nya di media massa, termasuk Pertamina Soccer School. Hal ini terjadi karena banyaknya permasalahan lainnya yang dianggap lebih mendesak, seperti pemberitaan kasus kelangkaan BBM, pencurian minyak di kilang-kilang milik Pertamina, dll.
- Divisi Media Pertamina kurang memaksimalkan penyampaian informasi mengenai program Pertamina Soccer School pada saluran komunikasi yang dimiliki. Pada *website* Pertamina, hanya terdapat satu buah *news release* tentang Pertamina Soccer School. Selain itu, pada media sosial milik Pertamina, yakni akun twitter juga belum dimanfaatkan dengan baik untuk menyebarkan informasi mengenai Pertamina Soccer School. Hal ini menyebabkan kurangnya *awareness* wartawan terhadap kegiatan Pertamina Soccer School. (Sumber: Pertamina, 2012)
- Pertamina belum berhasil mengubah pemahaman *stakeholders*, khususnya para pekerja di lingkungan Sekretaris Perseroan sebagai fungsi komunikasi perusahaan. Para pekerja masih menganut budaya/pola pikir lama, di mana Pertamina masih menjadi perusahaan monopoli dan regulator di sektor Migas sehingga tidak memerlukan persaingan yang agresif. (Sumber: Pertamina, 2012)

Opportunity

- Berdasarkan hasil *media content analysis*, ditemukan seluruh pemberitaan diperoleh melalui upaya yang dilakukan oleh humas Pertamina, yakni melalui konferensi pers. Hal ini menandakan cukup baiknya respon rekan-rekan wartawan untuk menuliskan pemberitaan jika Divisi Media melibatkan wartawan dalam kegiatan-kegiatan Pertamina Soccer School.
- Berdasarkan data Edelman Trust Barometer, media merupakan institusi yang paling dipercaya untuk mendapatkan informasi perusahaan. Hal ini dapat dijadikan peluang yang sangat signifikan

untuk penyebarluasan berita CSR yang efektif karena tingkat kepercayaan yang tinggi tersebut.

- Berdasarkan data Nielsen, ditemukan sebanyak 28.2% koresponden gemar mencari berita-berita mengenai sepak bola, maka ketertarikan tersebut dapat menjadi peluang untuk dapat meningkatkan jumlah pemberitaan Pertamina Soccer School.

Threat

- Komunikasi kegiatan CSR di bidang sepak bola oleh perusahaan lain yang lebih agresif. Dilihat dari adanya beberapa perusahaan besar lain yang menunjukkan keseriusannya dalam mensponsori kegiatan di bidang sepak bola.
- Kecepatan tren komunikasi global terkait isu-isu yang diangkat di media. Saat ini media sedang hangat-hangatnya mengangkat pemberitaan terkait sepak bola Indonesia, namun adanya kemungkinan isu-isu ini tidak lagi diminati di kemudian hari dapat mengancam ketertarikan wartawan untuk menulis pemberitaan mengenai Pertamina Soccer School.

1.5 Pernyataan Masalah

Seperti yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, Pertamina Soccer School merupakan kegiatan positif yang mampu meningkatkan citra Pertamina. Namun, sayangnya kegiatan ini belum dikenal dengan baik oleh masyarakat luas. Minimnya jumlah pemberitaan mengenai Pertamina Soccer School di media massa merupakan kendala belum tersebarnya informasi positif mengenai kegiatan ini. Untuk menghasilkan ulasan positif, Divisi Media Pertamina harus menguatkan nilai-nilai dan *news value* positif tentang Pertamina Soccer School terkait peran dan keberadaannya di tengah kondisi sepak bola Indonesia saat ini. Oleh karena itu, sebagai upaya penyebarluaskan hal-hal positif tersebut dibutuhkan sebuah strategi kehumasan yang mampu bersinergi dengan n sebagai alat penyebaran informasi yang efektif.

BAB 2

SOLUSI

2.1 Solusi

Salah satu solusi yang akan digunakan adalah melaksanakan rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School. Kegiatan ini merupakan serangkaian acara bersama media serta taktik–taktik yang akan dilaksanakan selama satu tahun. Adapun kegiatan-kegiatan tersebut berupa *workshop* jurnalis, *media gathering*, konferensi pers, membuat komunitas wartawan, dan *media visit*.

Serangkaian kegiatan *media relations* ini diyakini dapat membangun hubungan yang harmonis dan sinergis dengan kalangan jurnalis sehingga tercipta kesatuan visi dalam mendukung kegiatan Pertamina Soccer School. Selain itu, kegiatan–kegiatan *media relations* yang dijalankan juga diharapkan mampu memotivasi kalangan jurnalis untuk menulis kegiatan Pertamina Soccer School sesuai dengan sudut pandang masing–masing media.

Pertamina Soccer School sebagai salah satu program *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina (Persero) merupakan salah satu kegiatan yang membutuhkan tingkat publikasi yang tinggi agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Berawal dari niat baik Pertamina untuk memajukan sepak bola tanah air agar mampu bersaing di kancah internasional, kegiatan ini sudah selayaknya didukung dan mendapatkan respon positif dari masyarakat luas, termasuk media.

Media merupakan jembatan yang tepat karena melihat cakupan khalayaknya yang cukup luas. Tersiarinya berita positif mengenai Pertamina Soccer School di media massa akan menciptakan opini positif yang dapat meningkatkan citra dan reputasi Pertamina sebagai pihak penyelenggara. Selain itu, pemberitaan positif tersebut juga dapat menjadi dukungan bagi kemajuan kegiatan Pertamina Soccer School. Oleh karena itu, kegiatan rangkaian *media relations* Pertamina Soccer School di sini perlu dilakukan oleh tenaga kehumasan PT Pertamina (Persero) agar dapat meningkatkan jumlah pemberitaan mengenai Pertamina Soccer School di media massa.

2.2 Tujuan Program

2.2.1 Goals

Pelaksanaan rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School selama satu tahun tersebut bertujuan untuk memotivasi kalangan jurnalis agar menuliskan pemberitaan positif mengenai kegiatan Pertamina Soccer School. Setelah dihasilkan pemberitaan yang positif mengenai rangkaian kegiatan Pertamina Soccer School di media massa, hal ini diharapkan akan turut meningkatkan citra dan reputasi PT Pertamina (Persero). Ke depannya, masyarakat diharap dapat mengenal PT Pertamina (Persero) sebagai perusahaan BUMN yang memiliki komitmen tinggi terhadap dunia sepak bola, terlihat dari usahanya mencetak generasi yang berkualitas melalui Pertamina Soccer School.

2.2.2 Objektif Program

Pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan *media relations* memiliki objektif sebagai berikut :

- Memberikan pengetahuan kepada kalangan jurnalis akan program Pertamina Soccer School
- Kehadiran media (*media attendance*) minimal 70% dari total keseluruhan media yang diundang.
- Permintaan wartawan akan informasi Pertamina Soccer School minimal dua media dalam satu bulan.
- Menghasilkan liputan positif minimal 70% dari total keseluruhan artikel yang dimuat dalam satu bulan.

2.3 Justifikasi Program

Di tengah kondisi tuntutan global saat ini, perusahaan memiliki kepentingan untuk menyampaikan pemberitaan–pemberitaan positif tentang perusahaan, salah satunya diwujudkan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijelankannya kepada seluruh khalayak luas. Dalam proses ini, tenaga *public relations* amatlah dibutuhkan sebagai representatif perusahaan dalam membina hubungan baik dengan kalangan jurnalis yang

notabene merupakan jendela penyampaian informasi–informasi tersebut kepada khalayak luas.

Sebelum merancang strategi rangkaian kegiatan *media relations* yang efektif dalam menjangkau target sasaran yang diharapkan, terlebih dahulu perlu dipahami definisi dan bentuk–bentuk hubungan dengan media, komunikasi program *corporate social responsibility*, definisi publisitas, serta konsep media di era globalisasi saat ini.

2.3.1 *Media Relations*

Salah satu cakupan tugas kehumasan yang cukup penting ialah hubungan dengan media. Hubungan dengan media disebut–sebut oleh Rhenald Kasali dalam bukunya *Manajemen Public Relations* (2005), sebagai salah satu dari ruang lingkup pekerjaan dari *divisi public relations*. Hubungan dengan media ini berkaitan dengan bagaimana menjaga serta meningkatkan hubungan–hubungan yang positif serta saling menguntungkan antar kedua belah pihak.

Meskipun pada kenyataannya, humas dan media memiliki perbedaan yang mendasar, baik dari segi fungsi utama maupun peranannya. Namun, hubungan keduanya ini dapat dibina sehingga menghasilkan hubungan mutualisme. Menurut Rosady Ruslan dalam *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (2010), mendefinisikan *media relations* sebagai suatu kegiatan khusus dari pihak *public relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan, atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/ institusi, produk, dan hingga kegiatan yang bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif.

Rosady Ruslan juga menambahkan kerja sama yang baik inilah yang diharapkan dapat menciptakan suatu opini publik yang positif sekaligus memperoleh “citra yang baik” pula dari khalayak sasaran dan masyarakat luas lainnya. “Citra yang Baik”, menurut Frank Jefkins (1996) digambarkan sebagai suatu citra humas yang ideal di mana diperoleh dari impresi dan kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.

Definisi lain mengenai *media relations* dari Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* (1996) menjelaskan *media relations* adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Dalam menjalani hubungan baik dengan media, sangat penting bagi pekerja humas untuk memahami karakteristik media yang ada. Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* (1996) juga merumuskan hal-hal pokok yang perlu diperhatikan perihal pers atau media, antara lain :

a. Kebijakan Editorial

Hal ini merupakan pandangan dasar dari suatu media yang dengan sendirinya akan melandasi pemilihan subyek-subyek yang akan dicetak atau yang akan diterbitkannya. Dengan memahami sudut pandang dari suatu media, naskah kehumasan, seperti *press release* yang dikerjakan oleh tenaga humas dapat disesuaikan agar dapat diterima oleh media yang bersangkutan.

b. Frekuensi Penerbitan

Setiap media umumnya memiliki frekuensi penerbitan yang berbeda – beda. Bisa beberapa kali dalam sehari, harian, dua kali seminggu, mingguan, bulanan, atau bahkan tahunan. Frekuensi penerbitan ini perlu diketahui oleh tenaga humas agar dapat menyesuaikan porsi informasi yang diberikan kepada media yang bersangkutan.

c. Tanggal Terbit

Tanggal terbit perlu diketahui berkaitan dengan kapan tanggal dan saat terakhir naskah harus diserahkan ke redaksi untuk penerbitan yang akan datang.

d. Proses Percetakan

Proses percetakan berkaitan dengan teknik percetakan yang digunakan media-media tersebut, khususnya media cetak.

e. Daerah Sirkulasi

Daerah sirkulasi berkaitan dengan jangkauan sirkulasi dari suatu media, apakah itu berskala lokal, khusus di daerah pedesaan, perkotaan, berskala nasional, atau berskala internasional.

f. Jangkauan Pembaca

Jangkauan pembaca berkaitan dengan seberapa luas dan siapa saja yang membaca media yang bersangkutan. Praktisi humas perlu mengetahui kelompok usia, jenis kelamin, status sosial, minat khusus, kebangsaan, etnik, agama, hingga ke orientasi politik dari khalayak pembaca suatu media.

g. Metode Distribusi

Praktisi humas juga perlu mengetahui metode–metode distribusi dari suatu media, apakah melalui toko–toko buku, lewat pos, sistem langganan, atau secara seleksi.

2.3.2 Bentuk–bentuk Hubungan *Media Relations*

Rachmat Kriyantono (2008) dalam bukunya *Public Relations Writing* mengungkapkan bahwa praktisi humas perlu ‘jemput bola’ dalam kaitannya berhubungan dengan media. Istilah ‘jemput bola’ sendiri bermaksud bahwa praktisi humas harus sering mengambil prakarsa dalam menghubungi media, jangan hanya menunggu dihubungi.

Dalam menjalin kerja sama dengan pihak media, ada beberapa bentuk kegiatan yang umumnya lazim digunakan oleh para praktisi humas. Kerja sama tersebut, baik secara fungsional maupun individual, biasanya dilaksanakan dalam berbagai acara, yakni yang bersifat formal maupun informal. Rosady Ruslan dalam buku *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (2010), memaparkan bentuk–bentuk acara tersebut.

a. Kontak secara formal

Kontak secara formal biasanya dilakukan pada acara–acara tertentu yang sengaja dirancang. Kontak secara resmi ini merupakan acara–acara yang sengaja direncanakan dan dilaksanakan oleh pihak humas untuk bekerja sama dengan pihak pers/ wartawan yang

diundang secara resmi dalam *event* tertentu. Misalnya konferensi pers, wisata pers, resepsi pers, dan taklimat pers.

1. Konferensi pers

Konferensi pers adalah suatu pertemuan khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi atau sengaja diselenggarakan oleh Pejabat Humas, yang bertindak sebagai narasumber dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapi. Umumnya kegiatan ini dilakukan pada waktu, tempat, dan tema yang kemudian disesuaikan dengan kelompok wartawan yang akan diundang. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi, berita, publikasi, dan promosi, serta aktivitas Humas yang dianggap penting untuk diketahui secara luas oleh publik Sasarannya guna meningkatkan aspek *awareness, understanding, dan appreciation*.

Dalam menyusun kegiatan ini, formula yang digunakan adalah formula 5W + 1 H. Pertanyaan *What* (Apa) berkaitan dengan apa yang menjadi tujuan, topik, atau isu yang ingin ditampilkan serta kepentingan apa yang ingin ditonjolkan. Selanjutnya, *Who* (Siapa) berkaitan dengan siapa yang akan ditunjuk sebagai narasumber pada acara tersebut. Kemudian, *Where* dan *When* (Di mana dan Kapan) berkaitan dengan lokasi dan waktu diadakannya acara ini yang harus jelas dituliskan pada undangan yang disampaikan kepada rekan – rekan wartawan. Kontak sebelum hari H amat dibutuhkan untuk mengingatkan kembali rekan-rekan wartawan untuk menghadiri acara ini. Berikutnya, *Why* (Mengapa) berkaitan dengan justifikasi diadakannya jumpa pers tersebut, kepentingan pemberitaankah, publikasi, ataukah promosi produk. Terakhir, *How* (Bagaimana) berkaitan dengan bagaimana tahapan persiapan, pelaksanaan, hingga hasil jumpa pers dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Persiapan meliputi *media kit, press release, anggaran dana, hingga*

konfirmasi kesediaan wartawan yang akan datang. Lalu, pelaksanaan hari H meliputi ketersediaan jubah, pemandu acara, *sound system*, dsb. Evaluasi sebagai tolak ukur keberhasilan kegiatan ini juga merupakan bagian yang sangat penting. Evaluasi biasa ditandai dengan sejauh mana kuantitas serta kualitas pemberitaan pada media yang diundang. Di dalam buku *Media Relations: Membangun Hubungan Media dan Anggota Dewan*, ada beberapa kriteria yang disusun sebagai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan suatu konferensi pers. Beberapa kriteria tersebut di antaranya, kedekatan dengan wartawan, siaran pers yang memiliki nilai berita, serta kegiatan konferensi pers memiliki nilai lebih dari acara yang lain.

2. Wisata pers atau *press tour*

Wisata pers atau *press tour* merupakan sebuah kegiatan yang mengajak wartawan dari media yang telah ditunjuk untuk melakukan wisata kunjungan atau peninjauan ke suatu *event* khusus, bisa keluar kota atau keluar negeri. Kegiatan ini umumnya juga mengikutsertakan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan sebagai pengundang selama lebih dari satu hari. Kegiatan ini bertujuan untuk meliput secara langsung suatu kegiatan tertentu sehingga wartawan merasakan pengalaman tersendiri yang akan memengaruhi hasil penulisan beritanya.

3. Resepsi pers atau *press gathering*

Resepsi pers merupakan jamuan pers atau wartawan yang bersifat sosial biasa dikemas dalam nuansa formal atau informal. Nuansa formal biasanya berupa kegiatan seremonial, seperti ulang tahun perusahaan. Nuansa informal biasanya berupa acara olahraga bersama, serta acara-acara keagamaan, seperti buka puasa bersama atau natalan bersama, dll. Kegiatan ini bertujuan untuk mengikat hubungan tali silaturahmi yang lebih erat dari kedua belah pihak.

4. Taklimat pers atau *press briefing*

Taklimat atau *press briefing* merupakan salah satu jenis dari bentuk jumpa pers yang diselenggarakan secara periodik, biasanya pada awal/ akhir bulan atau tahun. Pertemuan ini berupa suatu diskusi atau dialog yang dilakukan guna saling memberikan masukan dan informasi yang cukup penting bagi kedua belah pihak. Pada acara ini, wartawan umumnya berkesempatan menggali informasi seluas-luasnya sehingga apa yang dituliskannya kemudian merupakan gambaran faktual dari keadaan yang sesungguhnya. Kegiatan ini bertujuan mendapatkan tingkat *awareness* serta pengetahuan wartawan yang tinggi mengenai hal yang disampaikan.

b. Kontak secara Informal

Kontak secara informal biasanya merupakan kegiatan-kegiatan kerja sama dengan media yang sifatnya mendadak, bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, tanpa undangan resmi. Pemberitahuan biasanya dapat dilakukan melalui telepon. Contoh kegiatan ini adalah keterangan pers (*pers statement*), wawancara pers (*press interview*), serta pertemuan atau *press gathering* secara informal.

Penulis mengadopsi beberapa bentuk hubungan di atas dalam merumuskan rancangan strategi kegiatan *media relations* guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Kombinasi dari bentuk-bentuk hubungan di atas diyakini dapat membangun hubungan mutualisme antara rekan-rekan jurnalis dengan Pertamina Soccer School.

2.3.3 Media Tradisional

Media massa menurut Hafied Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima pesan) dengan menggunakan alat-alat komunikasi

mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Ada beberapa karakteristik media massa :

- a. Bersifat melembaga, media massa dikelola oleh pihak yang terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima pesan.
- c. Meluas dan serempak, media massa mampu mengatasi rintangan waktu dan jarak karena kecepatan yang dimiliki. Hal inilah yang menyebabkan informasi yang disampaikan dapat diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dll.
- e. Bersifat terbuka, pesan yang disampaikan dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Koran sebagai salah satu media tradisional menurut Cutlip, Center, dan Broom (2011) dalam buku *Effective Public Relations* merupakan alat utama dalam sistem informasi. Kehadiran koran yang semakin lama semakin menurun tidak menyurutkan kekuatan koran sebagai salah satu medium yang dapat memberikan jumlah audien keluasan isi berita. Koran yang dicetak pada komunitas atau masyarakat setempat telah lekat dengan komunitas tersebut sehingga jika ingin menjangkau komunitas lokal tersebut digunakanlah koran lokal.

Selain koran, Cutlip, Center, dan Broom (2011) dalam buku yang sama juga memaparkan keuntungan majalah sebagai bagian dari media tradisional. Pemberitaan di majalah sangat penting dilakukan bagi organisasi yang berusaha untuk memengaruhi audiens nasional dan audiens khusus. Sejumlah keuntungan majalah tersebut, di antaranya :

- a. Majalah memberikan informasi yang lebih tahan lama dibandingkan koran.

- b. Pembaca majalah memiliki kesempatan untuk membaca ulang dan mendiskusikannya
- c. Pembaca majalah dapat memperoleh informasi lebih mendalam terkait topik yang disukainya.
- d. Majalah membentuk opini dan menciptakan preferensi akan suatu produk atau pemberitaan.

Berdasarkan manfaat serta karakteristik koran dan majalah sebagai media tradisional tersebut, wartawan dari media koran dan majalah akan disasar sebagai target khalayak dalam melaksanakan rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School. Wartawan dari kedua media tersebut perlu diperkenalkan dan mendapatkan pengetahuan yang utuh mengenai kegiatan Pertamina Soccer School dari sudut pandang yang sesuai dengan isu yang diangkat oleh masing-masing jenis media. Upaya ini dilakukan agar pesan mengenai Pertamina Soccer School itu sendiri dapat diterima dengan baik sehingga diharapkan dapat disebarluaskan oleh masing-masing media.

2.3.4 Media Baru

Perubahan yang muncul dalam dekade terakhir ini mengenai media massa ialah munculnya media massa berbasis internet atau yang sering disebut dengan istilah '*new media*'. Istilah *new media* sebenarnya merupakan suatu istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan jaringan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan internet yang kian pesat dewasa ini menjadi sebuah media yang cukup penting bagi bidang kehumasan, khususnya dalam hal penyebaran informasi. Kruckerberg (2000:399) dalam bukunya *This is PR: The Realities of Public Relations* juga mengungkapkan hampir tidak mungkin saat ini bagi seorang praktisi humas bekerja tanpa menggunakan media baru berbasis internet ini.

Dengan adanya internet sebagai media komunikasi baru, Rachmat Kriyantono (2008) dalam bukunya *Public Relations Writing* mengemukakan beberapa karakteristik internet, di antaranya:

- a. Desentralisasi
Pusat informasi tidak lagi terdapat pada pengirim komunikasi (*sender*), tetapi setiap individu, kelompok, institusi, bisa menjadi pengirim komunikasi
- b. Timbal Balik
Memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung antara sumber dengan penerima.
- c. Fleksibilitas
Adanya fleksibilitas atau kebebasan dalam unsur isi, bentuk, atau pun penggunaan.
- d. Menyediakan fasilitas komunikasi impersonal dan personal yang sama baiknya.

Ada beberapa fasilitas pada internet yang dapat dimanfaatkan oleh praktisi kehumasan guna membuat kinerjanya lebih efektif dan efisien, di antaranya:

- a. *E-mail*

E-mail atau surat elektronik merupakan salah satu cara yang disukai oleh wartawan di era ini. Selain dianggap lebih cepat dan mudah, pengiriman informasi melalui e-mail juga memiliki banyak keuntungan, yakni biaya yang ekonomis serta informasi yang diberikan dapat lebih komprehensif.

- b. *Mailing list* atau milis

Mailing list atau milis merupakan perluasan penggunaan *e-mail*. Melalui layanan milis ini biasanya anggota-anggota yang tergabung berdiskusi untuk memecahkan masalah atau sekadar saling bertukar informasi. Rachmat Kriyantono (2008) kembali menjelaskan bahwa penggunaan milis mampu mempercepat pengiriman informasi ke sekumpulan orang banyak sehingga lebih efektif dan efisien.

- c. Situs *web* perusahaan

Situs *web* perusahaan menurut Deirdre Breakenridge dan Thomas J DeLoughry (2003) dalam bukunya *The New PR Toolkit; Strategies for Successful Media Relations* merupakan salah satu cara awal yang dapat dilakukan untuk dapat masuk ke dalam era ini. Era di mana media berbasis internet sangat diandalkan pada saat ini membuat jurnalis seringkali mengakses informasi yang dibutuhkan melalui situs web resmi perusahaan. Hal ini membuat seorang praktisi humas perlu bekerja lebih untuk menyampaikan informasi–informasi yang hendak disampaikan. Selain itu, melalui kesempatan ini, seorang praktisi humas juga dapat membentuk sudut pandang yang diharapkan untuk diketahui atau ditangkap oleh rekan–rekan media.

Menurut Louis K. Falk (2000) dalam *Creating a Winning Website, The Public Relations Strategiest*, ada enam aturan dalam mengelola *website*, di antaranya

1. Setiap *link* yang ditawarkan harus *online*

Hal ini dimaksudkan agar pengunjung *website* tidak kecewa ketika dirinya meng-klik *link* yang ditawarkan namun kemudian *link* tersebut tidak memiliki isi di dalamnya.

2. Tersedia kontak informasi

Website yang professional akan menempatkan kontak informasi guna memudahkan pengunjung untuk mendapatkan informasi lebih yang dibutuhkannya.

3. Penataan penempatan informasi

Penempatan informasi dipertimbangkan dengan cara membaca dari kiri ke kanan. Oleh karena itu, informasi–informasi yang lebih penting hendaknya ditempatkan di kiri layar.

4. Pewarnaan

Warna di sini berfungsi membuat tampilan lebih menarik dan tidak sulit dibaca.

5. Mudah penggunaan

Sebuah informasi yang diletakkan pada *website* harus siap tersedia dan ditempatkan pada urutan yang logis dan pengakses harus dapat kembali dengan mudah ke menu sebelumnya atau ke *homepage*.

6. Tujuan

Tujuan *website* dibagi menjadi tiga kategori, yakni (a). *Presence model* yakni digunakan untuk alat promosi, (b). *Informational model*, yakni dipenuhi oleh beragam materi pesan, termasuk informasi untuk pers, (c). *E-commerce model*, yakni didesain untuk menciptakan dan menjaga penjualan. Penulis menggunakan model yang kedua dalam rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School yang akan dilangsungkan, guna memberikan informasi seluas-luasnya kepada wartawan.

d. *E-newspaper*

Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, penyesuaian media dalam menyampaikan informasi kepada khalayaknya juga mengalami perkembangan. *E-newspaper* atau koran digital lahir sebagai bentuk penyesuaian terhadap perubahan aktivitas konsumsi media serta perluasan pasar dari media tradisional itu sendiri. Hal ini juga dibenarkan oleh John V. Pavlik (2001) dalam bukunya *Journalism and New Media*. Pavlik menjelaskan fenomena munculnya media baru mengakibatkan industri media cetak melakukan beberapa penyesuaian dengan membentuk divisi khusus *online newsroom*.

Pavlik menambahkan terdapat dua versi koran digital, pertama koran versi cetak yang dipindahkan ke dalam bentuk digital, dan kedua ialah divisi yang terpisah yang khusus untuk mengemukakan berita-berita yang ditayangkan secara *online*. Pada jenis yang kedua ini,

jurnalis dibuat lebih fleksibel dalam hal *deadline* hingga proses editing yang tidak seketat pada koran digital jenis pertama. Adanya koran digital ini disadari penulis sebagai bentuk kemajuan peradaban pemberitaan di media yang harus diperhatikan oleh praktisi humas dalam merancang strategi kehumasannya.

e. Jejaring sosial

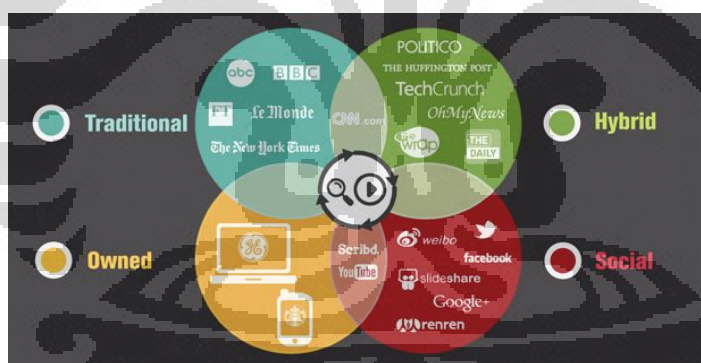
Jejaring sosial merupakan saluran baru yang hadir untuk melengkapi saluran-saluran *new media* lainnya. Sesuai dengan karakteristiknya, media sosial merupakan tempat berkumpulnya khalayak ramai untuk bersosialisasi. Situs-situs jejaring sosial yang terkenal, di antaranya Facebook, Twitter, Youtube, dan Flickr. Munculnya situs jejaring sosial ini menurut *Senior Brand Journalist*, Leslie Poston (2012), dalam bukunya yang berjudul *Social Media for PR and Communication* menyampaikan bahwa kehadiran media sosial perlu dimaksimalkan penggunaannya oleh praktisi humas guna menyebarkan informasi positif dan membangun hubungan (*engagement*) dengan khalayaknya. Media sosial merupakan saluran komunikasi yang mampu membangun keterikatan dengan publiknya yang berada dari berbagai lokasi. Beliau menambahkan kehadiran sosial media berpengaruh pada beragamnya cara pesan disampaikan kepada khalayak. Bisa melalui tulisan, video atau pun komunikasi visual lainnya, yang dapat disebarluaskan ke banyak orang.

Namun, karena karakteristik media jenis ini memiliki kekhususan tersendiri, praktisi humas perlu menentukan strategi dalam penggunaannya terkait saluran penyebaran informasi. Ada beberapa strategi yang dikutip dari buku *30 Ideas For Your 2012 Social Media Plan* (2012: 3 5), di antaranya.

1. Tulislah rencana mengenai pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial.

2. Menggunakan media sosial untuk menanamkan hubungan jangka panjang, di mana konten pesan yang dimuat terus dilakukan secara konsisten.
3. Menyiapkan strategi konten yang bermutu dengan merancang terlebih dahulu apa yang ingin Anda sampaikan dan kepada siapa Anda berbicara.
4. Tidak hanya pesan berupa teks yang dapat disampaikan melalui sosial media. Namun, gunakan juga pesan berupa foto, gambar, atau pun video.
5. Mengaitkan konten pesan dengan isu – isu yang sedang populer. Hal terbaik adalah ketika tidak ada perusahaan lain yang menulis konten pesan yang sama dengan yang Anda sampaikan.
6. Membangun komunitas melalui konten yang Anda hasilkan pada media sosial.

2.3.5 Konsep *Media Cloverleaf*



Gambar 2.1 Konsep *Media Cloverleaf*¹⁰

Maureen Taylor dan Danielle C. Perry (2004) menyampaikan dalam karya jurnal mereka bahwa difusi antara media tradisional dan media baru sangat berpengaruh pada rancangan strategi komunikasi yang dibuat oleh perusahaan ketika berhubungan dengan media dan khalayaknya. Oleh karena itu, dalam merancang strategi *media relations* Pertamina Soccer School, penulis bermaksud untuk menggabungkan konsep–konsep media yang telah dipaparkan.

¹⁰ Dikutip dari <http://www.edelman.com/who-we-are/about-edelman/the-details/cloverleaf/>, diakses pada 10 Desember 2012

Berdasarkan sejumlah konsep mengenai media sebagaimana yang telah dipaparkan, maka disimpulkan bahwa pada era ini masing–masing media tersebut harus saling terintegrasi dan tidak dapat terpisah satu dengan yang lainnya untuk mencapai citra dan reputasi yang diharapkan oleh perusahaan. Pernyataan ini juga didukung oleh Edelman yang merumuskan konsep *media cloverleaf*. Edelman merupakan perusahaan konsultan kehumasan terbesar yang telah beroperasi di 60 kota di dunia dan memiliki enam spesialisasi bisnis area, di antaranya keuangan dan *investor relations*, kesehatan, korporasi, *public/ government affairs*, *technology*, dan *brand public relations*.

Konsep *media cloverleaf* mencoba memberikan gambaran mengenai situasi yang terjadi dewasa ini, khususnya bagi perkembangan media berkaitan dengan pekerjaan *Public Relations*. Sesuai dengan bentuk daun semanggi, terdapat empat kelompok media saat ini, yakni media tradisional, *hybrid*, *owned*, dan *social*.

Pada daun pertama, jenis medianya adalah media tradisional. Meskipun perkembangan penggunaan baru meningkat secara signifikan, media tradisional masih menjadi saluran komunikasi yang tidak dapat terlepas. Media tradisional ini merujuk pada media cetak dan elektronik, seperti koran, majalah, tabloid, televisi, dan radio.

Pada daun kedua, jenis medianya adalah versi digital dari tradisional media yang sering kita jumpai seiring dengan berkembangnya teknologi internet dewasa ini. Media tradisional melakukan penyesuaian dengan membuat versi digitalnya agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Contoh yang dikemukakan Edelman ialah the Huffington Post yang memiliki versi digitalnya, yaitu Huffintonpost.com. Di Indonesia sendiri, salah satu contohnya adalah Kompas yang memiliki versi digitalnya, yakni Kompas.com.

Pada daun ketiga, jenis media yang dimaksud ialah jejaring sosial. Tidak dapat dipungkiri kecenderungan manusia yang selalu ingin bersosialisasi sangat erat kaitannya dengan pemanfaatan situs jejaring sosial. Jejaring sosial ini termasuk Facebook, Twitter, Youtube, dll.

Pada daun keempat, jenis medianya adalah *owned*. Media kepemilikan yang dimaksud di sini ialah *company website*. Edelman juga mengungkapkan

bahwa *company website* merupakan hal yang vital dan penting karena setiap perusahaan harus menjadi perusahaan media, di mana *website* perusahaannya dapat digunakan untuk menyampaikan pesan bagi khalayaknya.

Irisan antara keempat jenis kategori media tersebut, itulah yang dipahami Edelman sebagai kondisi saat ini untuk melakukan komunikasi perusahaan. Untuk dapat menjangkau khalayak perusahaan saat ini yang sangat beragam, khususnya dalam hal penggunaan media, keempat jenis media tersebut tidak dapat dipisahkan penggunaannya. Setiap strategi kehumasan pun perlu untuk memperhatikan konsep ini agar mendapatkan hasil yang efektif dan efisien. Selain itu, praktisi humas juga perlu memahami karakteristik dari masing-masing media tersebut agar hasil yang ingin dicapai lebih signifikan.

2.3.6 Komunikasi program CSR

Philip Kotler dan Nancy Lee dalam buku *CSR dalam Praktik di Indonesia*¹¹ (2005) menjelaskan bahwa perusahaan dapat memaksimalkan tingkat pengembangan investasi melalui sejumlah kegiatan yang berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungannya. Philip Kotler juga mengutarakan, “Jika Anda melakukan sesuatu, tetapi tidak menceritakannya kepada orang lain, bisa jadi mereka beranggapan bahwa Anda tidak melakukan apa-apa.”

Pada prinsipnya komunikasi CSR adalah sama dengan komunikasi pemasaran produk atau jasa untuk mengubah persepsi sasaran khalayak yang menerima pesan tersebut menjadi positif. Strategi komunikasi yang dirancang ditujukan lebih untuk menyentuh aspek afektif (*feel*) daripada kognitif (*think*) khalayak sasaran. Oleh karena itu, sifat publikasi umumnya bersifat publisitas.

Komunikasi kegiatan CSR sebuah perusahaan tidak harus menunggu krisis terjadi. Philip Kotler dan Lee (2005) merumuskan enam prakarsa sebagai pesan utama CSR:

1. *Cause Promotions*

Merupakan inisiatif perusahaan untuk mengalokasikan dana untuk bantuan dalam bentuk barang dan sumber daya lain untuk

¹¹ Ambadar, Jackie.(2005).*CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta : Surindo

meningkatkan kesadaran dan perhatian tentang masalah sosial tertentu atau dalam rangka rekrutmen sukarelawan.

2. *Cause-related Marketing*

Merupakan komitmen perusahaan untuk mendonasikan sejumlah persentase tertentu dari pendapatan untuk hal tertentu yang berkaitan dengan penjualan produk.

3. *Corporate Social Marketing*

Merupakan upaya perusahaan memberi dukungan pada pembangunan dan atau pelaksanaan kegiatan yang ditujukan untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat dalam rangka memperbaiki kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan lainnya.

4. *Corporate Philanthropy*

Merupakan pemberian sumbangan sebagai kegiatan amal.

5. *Community Volunteering*

Merupakan perwujudan dan dorongan perusahaan kepada karyawan atau mitra pemasaran untuk menyediakan dan mengabdikan waktu dan tenaga mereka untuk membantu kegiatan sosial tertentu.

6. *Socially Responsible Business Practices.*

Merupakan adopsi praktik-praktik bisnis yang bersifat diskresi serta berbagai investasi yang mendukung pemecahan masalah sosial tertentu. Salah satu contohnya adalah melalui kegiatan CSR Pertamina Soccer School.

2.3.7 Siaran pers dan *Backgrounders*

Salah satu naskah tulisan yang diproduksi oleh praktisi humas adalah siaran pers. Menurut Rachmat Kriyantono (2008). Siaran pers ialah informasi singkat tentang suatu acara yang diadakan oleh perusahaan dan disebarluaskan untuk dimuat di media massa. Selain siaran pers, cerita latar/*backgrounders* digunakan sebagai tambahan guna memperlengkapi informasi yang disampaikan melalui siaran pers.

Sebelum menulis sebuah *press release* menurut Rachmat Kriyantono (2008) dalam bukunya *Public Relations Writing* perlu dilakukan analisis terlebih

dahulu terhadap siapa sasaran tulisannya. Rumusan tersebut dituangkan dalam AUDIENCE, yakni:

- a. **Audience**
Mendefinisikan siapa sasaran Anda?
- b. **Understand**
Memahami bagaimana pemahaman yang dimiliki sasaran Anda tentang topik yang Anda tulis.
- c. **Demographics**
Memahami bagaimana ciri-ciri demografis sasaran (umur, jenis kelamin, agama, dan sebagainya.)
- d. **Interest**
Memahami bagaimana ketertarikan sasaran Anda terhadap topik termasuk di sini motif khalayak
- e. **Environment**
Memahami bagaimana sikap sasaran.
- f. **Needs**
Mengerti apa kebutuhan sasaran Anda.
- g. **Customize**
Mengidentifikasi bagaimana cara Anda mendekati pesan Anda pada sasaran, akrab atau tidak, komunikasi satu arah atau dua arah.
- h. **Expectations**
Memahami apa harapan-harapan sasaran Anda.

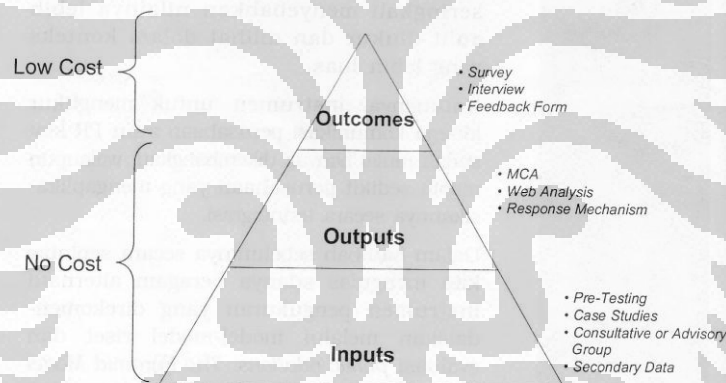
Di dalam buku *Media Relations: Membangun Hubungan Media dan Anggota Dewan* (2005 : 37) disampaikan beberapa tips yang harus diperhatikan dalam pembuatan *press release*. Beberapa tips tersebut, diantaranya:

- a. Membuat siaran pers dengan format berita setengah jadi.
- b. Membuat siaran pers dengan sudut pendekatan yang berbeda.
- c. Membuat siaran pers lengkap dengan fakta dan data.
- d. Menggunakan pedoman rumus 5W +1 H
- e. Menggunakan gaya penulisan jurnalistik.

- f. Sebaiknya tidak lebih dari satu halaman.
- g. Mencantumkan nomor telepon dan nama yang bisa dikonfirmasi.

2.3.8 Evaluasi Kegiatan *Media Relations*

Menurut Cutlip, Center, dan Broom, meskipun dalam lingkungan program kerja humas terdapat banyak hal yang tidak dapat dikontrol, riset evaluasi tetap diperlukan untuk mengetahui dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Ada beberapa cara yang dapat digunakan oleh praktisi kehumasan dalam mengukur keberhasilan dari kegiatan komunikasi yang dilaksanakan. Di dalam buku *Communication Measurement*, Dody M. Gozali (2005) mencoba memperkenalkan model The Pyramid yang dikembangkan oleh Jim. R. Macnamara sebagai salah satu cara untuk mengukur kesuksesan dari rangkaian program kehumasan yang dilangsungkan.



Gambar 2.2 Model Piramida Penelitian *Public Relations*

Untuk menentukan keberhasilan dalam program *Media Relations* ini, akan digunakan teknik pengukuran yang holistik dan terintegrasi melalui metode The Pyramid Model. Pengukuran dibagi dalam tiga tahap, yaitu pengukuran pada tahap *input*, *output*, dan *outcome*. Tahap *input* yaitu mengevaluasi seluruh kegiatan yang dilakukan selama rangkaian kegiatan berlangsung. Cutlip, Center, dan Broom (2011) menjelaskan tahap *input* sebagai riset formatif yang dilakukan sebelum dan selama program berlangsung dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Contoh pengukuran yang dapat dilakukan dalam tahapan ini ialah dengan instrumen data sekunder, studi kasus, dan pra uji. Tahap *output*

merupakan evaluasi terkait hasil nyata yang dicapai proses dan program yang dijalankan. Instrumen pengukuran yang dapat digunakan ialah sirkulasi kehadiran peserta, statistik distribusi (*posting* halaman *web*), monitor isi media, analisis isi media, mekanisme respon, eksperimen, dan diskusi pada kelompok fokus. Terakhir, tahap *outcome*, yaitu mengevaluasi dampak dari pelaksanaan seluruh rangkaian program. Instrumen yang dapat digunakan dalam pengukuran ini adalah survei, *feedback forms*, dan wawancara. (Dody M. Gozali : 2005)

Era saat ini merupakan era di mana arus informasi terus bergerak dengan dinamis menuju ruang publik. Media memegang peranan vital sebagai alat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Perusahaan tidak dapat memandang sebelah mata akan kekuatan dari media dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Apa yang disampaikan melalui media dapat menciptakan opini positif yang dapat berkembang sedemikian rupa hingga membentuk percakapan khalayak/ *public discourse*. Opini tersebut diharapkan mampu untuk meningkatkan citra dan reputasi sebuah perusahaan, misalnya melalui pemberitaan kegiatan CSR mereka. Gambaran dari situasi tersebut menghasilkan sebuah kepentingan di mana setiap perusahaan harus menjaga hubungan baiknya dengan media.

Di sinilah peranan humas dalam menjaga hubungan baik dengan media. Salah satu upaya humas yang berkaitan dengan media ialah *media relations*. Upaya ini diyakini merupakan cara yang strategis guna mendapatkan pemberitaan positif yang kemudian akan mampu meningkatkan citra dan reputasi perusahaan. Melalui beberapa teori dan konsep yang telah dikemukakan di atas, telah dibuktikan bahwa program *media relations* merupakan strategi yang sangat tepat digunakan untuk mencapai tujuan utama yang diharapkan, yakni mempopulerkan kegiatan Pertamina Soccer School di kalangan jurnalis dan meningkatkan citra dan reputasi PT Pertamina (Persero), sebagai perusahaan yang peduli terhadap sepak bola tanah air. Kegiatan *media relations* juga dirancang untuk meningkatkan pengetahuan kalangan jurnalis sehingga mampu memotivasi mereka untuk melakukan pemberitaan mengenai Pertamina Soccer School.

Keberhasilan dari program *media relations* ini salah satunya juga dipengaruhi oleh dukungan penuh dari manajemen Pertamina sendiri sebagai

pelaksana kegiatan Pertamina Soccer School. Seluruh tim pelaksana harus terlebih dahulu memahami dengan baik seluruh kegiatan yang berkaitan dengan Pertamina Soccer School. Hal ini merupakan antisipasi agar tidak terjadi kesimpangsiuran penyampaian informasi kepada rekan-rekan media, sebagai khalayak sasaran dalam kegiatan ini. Nilai-nilai positif mengenai Pertamina Soccer School akan ditransfer kepada pihak media sebagai jembatan penyampai informasi kepada masyarakat luas sehingga melalui peliputan yang dilakukan oleh media, kegiatan Pertamina Soccer School dapat dikenal luas oleh masyarakat. Pada tahap akhir, akan meningkatkan citra dan reputasi tentang Pertamina.

2.4 Khalayak Sasaran

Dalam rancangan kegiatan ini, penulis merekomendasikan adanya perluasan cakupan media sebagai khalayak sasaran. Tujuannya ialah agar dapat meningkatkan *coverage* pemberitaan program Pertamina Soccer School dari berbagai sudut. Melihat kedudukan Pertamina Soccer School sebagai sekolah sepak bola yang didirikan oleh Pertamina sebagai satu-satunya BUMN yang melaksanakan program beasiswa ini, maka penulis membagi perluasan cakupan media ke dalam empat sudut pandang yang akan memengaruhi target sasaran pada rancangan kegiatan *media relations* ini. Keempat kategori media tersebut antara lain, media-media Umum, Olahraga, Remaja dan gaya hidup, serta BUMN dan energi.

Media-media umum masih dijadikan target sasaran dalam rangkaian kegiatan *media relations* ini karena peranan yang besar dari media tersebut dalam menyampaikan pemberitaan yang berimbang, baik tentang korporasi hingga kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan.

Rekan-rekan jurnalis dari beberapa media berjenis olahraga juga merupakan sasaran dalam rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School ini. Hal ini didasari atas pertimbangan bahwa kegiatan Pertamina Soccer School sendiri merupakan kegiatan yang bergenre olahraga, khususnya sepak bola. Peranan Pertamina Soccer School dalam memajukan sepak bola tanah air di tengah kurangnya fasilitas yang diberikan oleh pemerintah akan menjadi sudut pandang yang tepat bagi rekan-rekan jurnalis media olahraga.

Siswa–siswa Pertamina Soccer School yang berusia sekitar 14–15 tahun merupakan usia remaja, di mana menjadi objek cerita yang akan menarik perhatian media dengan segmen pembaca remaja. Selain itu, cerita latar belakang keberhasilan anak–anak ini hingga mampu mendapatkan beasiswa Pertamina Soccer School sendiri menjadi alasan mengapa rekan–rekan media gaya hidup menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School. Oleh karena itu, rekan–rekan jurnalis dari media berjenis remaja dan gaya hidup juga dijadikan target sasaran dalam rangkaian kegiatan *media relations* ini.

Selain itu, kedudukan Pertamina sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bidang energi merupakan alasan mengapa media BUMN dan energi perlu diundang dan dilibatkan dalam rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School ini. Kepedulian Pertamina sebagai perusahaan yang bergerak di bidang energi perlu disampaikan dengan baik kepada wartawan media bumn dan energi.

Selain rekan–rekan jurnalis dari keempat kategori media di atas, karyawan internal Sekretaris Perseroan PT Pertamina (Persero) juga menjadi target sasaran dalam rangkaian kegiatan ini. Sekretaris Perseroan merupakan garda terdepan perusahaan dalam menjalankan fungsi komunikasi perusahaan dan menjaga hubungan baik dengan para *stakeholders*-nya, termasuk dengan media eksternal. Dalam melaksanakan kegiatan ini, divisi–divisi di dalam Sekretaris Perseroan PT Pertamina (Persero) perlu mendapatkan informasi yang jelas mengenai apa itu Pertamina Soccer School sehingga tercipta kesatuan visi dan misi dalam menjalankan program ini.

Adapun media-media yang diundang dalam seluruh rangkaian kegiatan ini, antara lain:

Tabel 2.1 Daftar Undangan Media

Kategori	Jenis Media	Nama Media
Umum	Koran (20)	Kompas, Bisnis Indonesia, Koran Tempo, Republika, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Sinar Harapan, Seputar Indonesia, Pos Kota, The Jakarta Pos, Neraca, Pikiran Rakyat, Rakyat Merdeka, Suara Karya, Koran Jakarta, Jurnal Nasional, Jawa Pos, Jakarta Globe, Globe Asia, BBC Indonesia,

	Majalah (2)	Majalah Swa Sembada, Majalah Tempo
	Online (7)	Detik.com, Inilah.com, Kompas.com, Okezone.com, Tempointeraktif.com, Vivanews.com, Republika.co.id
	TV (5)	Metro TV, TV One, Kompas TV, RCTI, dan SCTV
Olahraga	Koran (3)	Tabloid Bola, Soccer, Tabloid Top Skor
	Majalah (3)	Sport Week, Four FourTwo Indonesia, Bola Vaganza
	Online (5)	Goal.com, Olahragaonline.com, Bola.net, Bolanews.com, Simamaung.com
Gaya Hidup dan Remaja	Koran (2)	Tabloid Genie, Tabloid Nova.
	Majalah (7)	High End Teen, Hai, Femina, Spice, Kartini, Gadis, Kawanku.
BUMN dan Energi	Majalah (5)	Energi, Petro Energy, Petrominer, Tambang, Jurnal BUMN.
	Online (4)	BeyondenergyNews.com, Indonesiaenergywatch.com, Majalahenergi.com, MinergyNews.com,

2.5 Tema Besar

“Peran Pertamina Soccer School dalam memajukan sepak bola tanah air hingga ke kancah internasional”

2.6 Pesan Kunci

Di tengah keterpurukan kondisi sepak bola tanah air saat ini, Pertamina bergegas mengambil langkah nyata guna memperbaiki situasi yang ada. Inisiatif Pertamina ini diwujudkannyatakan melalui berdirinya Pertamina Soccer School. Ada tiga pesan kunci yang ingin disampaikan dalam seluruh rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School ini.

1. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berupaya menunjukkan komitmen tingginya terhadap perkembangan dunia sepak bola Indonesia.

Komitmen tinggi tersebut diperlihatkan melalui pemberian beasiswa kepada 24 siswa yang tidak mampu yang berasal dari beberapa kota besar di Indonesia. Pertamina Soccer School yang didirikan pada September 2012 ini rencananya akan terus menerus dilaksanakan hingga tercipta semakin banyak bibit–bibit kualitas dalam bidang sepak bola.

2. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina membuka peluang untuk mewujudkan mimpi anak-anak Indonesia yang berbakat dalam bidang sepak bola, namun tidak memiliki cukup biaya.

Sebagai informasi, para siswa Pertamina Soccer School angkatan pertama ini berasal dari berbagai propinsi dan kota kecil di Indonesia. Selain asal daerah, mata pencaharian orang tua mereka masing–masing pun juga beragam, mulai dari petani, nelayan, pedagang ikan di pasar, dan buruh pabrik. Pertamina menyambut hangat anak–anak Indonesia lainnya yang berbakat di bidang olahraga sepak bola, namun tidak memiliki cukup biaya untuk masuk ke sekolah sepak bola, untuk mengikuti kegiatan ini pada angkatan berikutnya.

3. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berharap dapat mengasah potensi anak-anak Indonesia sehingga tercipta atlet nasional berkualitas yang mampu bersaing di kancah internasional guna mengharumkan nama Indonesia.

Pertamina Soccer School aktif mengikutsertakan siswa–siswanya untuk mengikuti ajang–ajang berskala internasional. Salah satunya adalah AC Milan Junior Championship. Pertamina juga khusus mendatangkan pelatih asal klub bola raksasa AC Milan, agar para siswa terbiasa dengan pola dan strategi permainan berskala internasional.

BAB III

RINCIAN PROGRAM

3.1 Deskripsi Umum

Untuk memperkenalkan program Pertamina Soccer School kepada masyarakat Indonesia secara luas, media merupakan salah satu alternatif penyampaian informasi yang efektif. Pemberitaan oleh media terkait program Pertamina Soccer School diyakini mampu meningkatkan *awareness* khalayak terhadap peranan adanya program Pertamina Soccer School terhadap kemajuan sepak bola tanah air. Guna meningkatkan dan memperluas cakupan pemberitaan positif mengenai Pertamina Soccer School, penulis menyarankan melakukan serangkaian kegiatan *media relations*. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mengedukasi kalangan jurnalis mengenai program Pertamina Soccer School. Hubungan dengan kalangan jurnalis juga akan terbangun melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan, baik secara formal maupun non formal, sehingga akhirnya dapat memotivasi kalangan jurnalis untuk dapat melakukan pemberitaan-pemberitaan positif mengenai program Pertamina Soccer School. Berawal dari niat baik Pertamina untuk memajukan sepak bola tanah air hingga mampu mencetak generasi unggul yang mampu bersaing di kancah internasional, maka sudah selayaknyalah kegiatan ini mendapat apresiasi serta dukungan dari berbagai pihak, termasuk media sebagai saluran persebaran informasi.

Program *media relations* ini merupakan serangkaian kegiatan hubungan dengan media yang dirancang selama satu tahun. Kegiatan ini tentunya disesuaikan dengan momentum-momentum khusus dari kegiatan Pertamina Soccer School itu sendiri, seperti pada saat Pertamina Soccer School mengikuti pertandingan di Milan, Liga Pertamina, dan peringatan ulang tahun Pertamina Soccer School. Rangkaian kegiatan *media relations*, ini akan dimulai di sepanjang tahun 2013. Alasannya adalah untuk tetap menjaga konsistensi penyampaian informasi program Pertamina Soccer School dan membangun hubungan dengan media pada program kerja di tahun 2013

Rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School ini akan dimulai dengan *workshop* jurnalis guna memberikan garis besar dan pemahaman terkait peranan lahirnya Pertamina Soccer School sebagai salah satu beasiswa

sekolah sepak bola di Indonesia. Setelah itu, akan dilanjutkan dengan beberapa kegiatan *media gathering* dengan berbagai bentuk. Tim panitia *Media Relations* Pertamina Soccer School juga akan melakukan kunjungan ke beberapa perusahaan media dalam rangka menjalin silaturahmi dan memperkenalkan Pertamina Soccer School lebih dekat lagi kepada kalangan jurnalis. Selain itu, tim panitia *Media Relations* Pertamina Soccer School juga membuat komunitas wartawan "*Associated Press Football Fans*" sebagai wadah berkumpulnya wartawan yang sama-sama menggemari olahraga sepak bola dan memiliki visi yang sama dalam memajukan sepak bola tanah air melalui dukungannya terhadap kelahiran Pertamina Soccer School. Di samping itu, kegiatan konferensi pers juga dimanfaatkan untuk memperluas cakupan pemberitaan. Rangkaian kegiatan akan diakhiri *exclusive interview* guna mendapatkan ulasan mendalam dan eksklusif dari media yang diundang.

Pada intinya, fokus program *media relations* Pertamina Soccer School pada periode pertama ini adalah upaya untuk mengedukasi wartawan terkait program Pertamina Soccer School serta mengeratkan hubungan antara program Pertamina Soccer School dengan jurnalis agar kalangan jurnalis juga dapat menjadi bagian dari kesuksesan program ini. Dengan pemberitaan positif yang dilahirkan oleh kalangan jurnalis, diharapkan dapat menciptakan opini positif terkait kegiatan ini sehingga mampu meningkatkan citra dan reputasi PT Pertamina (Persero) sebagai penggagas kegiatan ini.

3.2 Strategi Program

Strategi program yang digunakan dalam seluruh rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School periode pertama ini merujuk pada konsep bentuk-bentuk *media relations* dan mengombinasikan penggunaan saluran media baru. Adapun strategi program yang akan digunakan tersebut, antara lain:

- Menggunakan sarana *new media* untuk memperbaharui informasi mengenai kegiatan Pertamina Soccer School.

- Menyelenggarakan *workshop* jurnalis dengan tema “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School” untuk memperkenalkan dan memaparkan kepada wartawan terkait peranan dan lahirnya Pertamina Soccer School.
- Mengadakan *media gathering* dengan berbagai bentuk, yakni *media luncheon*, buka puasa bersama Pertamina Soccer School, dan pertandingan persahabatan antara rekan-rekan media dan siswa-siswa PSS yang dilaksanakan sekaligus syukuran HUT Pertamina Soccer School. Kegiatan ini dilaksanakan untuk membangun keakraban dan memperkenalkan Pertamina Soccer School dalam nuansa informal.
- Melakukan *media visit* ke beberapa perusahaan media dengan tema “*Pertamina Soccer School Goes to Media*”. Hal ini dilakukan guna mendekatkan dan mendalami program Pertamina Soccer School kepada rekan-rekan media dalam nuansa informal yang penuh keakraban.
- Membentuk komunitas wartawan “*Associated Press of Football Fans*” yang berisi rekan-rekan jurnalis yang sama-sama memiliki kepedulian terhadap kemajuan sepak bola tanah air serta menaruh dukungannya terhadap kegiatan Pertamina Soccer School. Komunitas ini akan digunakan sebagai alat persebaran informasi program Pertamina Soccer School sekaligus wadah pertukaran informasi mengenai kondisi sepak bola tanah air. Adapun masukan-masukan yang diberikan oleh anggota komunitas dapat digunakan untuk membangun program Pertamina Soccer School menjadi lebih baik lagi.
- Menyelenggarakan konferensi pers yang dilaksanakan dua kali, yakni menjelang Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina dan Pertamina Soccer School Goes to Milan. Selain untuk mendapatkan peliputan di media massa, kegiatan ini dimaksudkan untuk memperkenalkan aktivitas yang dilakukan oleh siswa-siswa Pertamina Soccer School.

- Mengadakan *exclusive interview* dengan mengundang salah satu media yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu untuk mewawancarai secara langsung Direktur Utama PT Pertamina (Persero) sehubungan dengan kegiatan Pertamina Soccer School. Pada kesempatan ini juga menghadirkan perwakilan siswa unggulan Pertamina Soccer School untuk menceritakan pengalamannya mendapatkan beasiswa Pertamina Soccer School. Kesempatan ini dimaksudkan untuk mendapatkan ulasan yang lebih dalam mengenai kegiatan Pertamina Soccer School di media massa.

3.3 Deskripsi Program

Pelaksanaan program rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School ini akan dilaksanakan selama satu tahun, dimulai dari Januari 2013 hingga Desember 2013. Melalui serangkaian kegiatan *media relations* ini dimaksudkan untuk membuktikan keseriusan komitmen Pertamina dalam memajukan sepak bola tanah air melalui Pertamina Soccer School yang didirikannya.

Penanggung jawab kegiatan evaluasi akan mengkoordinir diadakannya evaluasi di setiap akhir kegiatan guna menjadi masukan bagi kegiatan berikutnya. Tim pelaksana *media monitoring* juga akan melaksanakan dua jenis *media monitoring* yang mencakup *media content analysis*. Pertama, *media monitoring* dilakukan secara berkelanjutan setiap bulan untuk memantau intensitas pemberitaan yang berkaitan dengan Pertamina Soccer School. Kedua, *media monitoring* dilakukan setiap selesai acara yang sengaja dirancang untuk menimbulkan *coverage*, seperti *workshop* jurnalis, konferensi pers, wawancara eksklusif, dan perayaan ulang tahun Pertamina Soccer School yang bertepatan dengan pertandingan persahabatan. Hal ini dilakukan agar menjadi masukan bagi kegiatan berikutnya.

Setiap penanggung jawab masing-masing kegiatan juga bertanggung jawab untuk membuat activity report sebagai bentuk pertanggungjawaban kegiatan ini dan juga mengirimkan ucapan terima kasih bagi kehadiran wartawan dalam bentuk *email* maupun *short message service* (SMS)

3.3.1 Pertamina Soccer School on New Media

Kehadiran media baru membuat perusahaan tidak dapat tinggal diam untuk tidak turut memanfaatkannya. Melalui media baru, sesungguhnya perusahaan dapat menyampaikan pesan kepada khalayaknya dalam bentuk yang lebih beragam, misalnya tulisan, gambar, maupun video dengan kemudahan akses yang tanpa batas. Tim pelaksana *media relations* Pertamina Soccer School akan melengkapi seluruh kegiatan dengan membuat akun media baru resmi Pertamina Soccer School sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan promosi kegiatan Pertamina Soccer School. Sarana media baru yang akan dimanfaatkan adalah *Website* Pertamina Soccer School, Twitter, Flickr, dan Youtube. Pemanfaatan media baru, yang berlangsung sepanjang tahun dalam rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School ini, bertujuan untuk mempermudah wartawan dalam memperoleh pemberitaan mengenai Pertamina Soccer School. Agar media baru Pertamina Soccer School ini diketahui oleh wartawan, tim *media relations* juga akan disosialisasikan pada rangkaian acara yang diadakan.

Adapun target yang ditetapkan melalui kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- Jumlah pengunjung *website* yang bertambah.
- Jumlah *posting* artikel /foto mengenai Pertamina Soccer School melalui jejaring sosial twitter dan flickr.
- *Live tweet* dengan hashtag #PSS selama serangkaian kegiatan *media relations* dan kegiatan Pertamina Soccer School ini dilaksanakan.

3.3.1.1 *Website* Pertamina Soccer School

Untuk mempermudah akses menemukan situs web Pertamina Soccer School, nama yang akan digunakan sebagai alamat akses adalah www.pertaminasoccerschool.com. Di dalam *website* ini terdapat beberapa konten, di antaranya *home*, *news release*, *about us*, *contact us*, dan *video*. *Home* dimaksudkan untuk menampilkan informasi terbaru yang di *posting* di *website* Pertamina Soccer School ini. *News release* untuk meletakkan siaran berita kegiatan Pertamina Soccer School. *About us* dimaksudkan untuk memaparkan profil Pertamina Soccer School. *Contact us* adalah bagian yang penting karena

berisi nomor dan alamat kontak tim *media relations* Pertamina Soccer School dengan tujuan mempermudah wartawan untuk menghubungi tim *media relations* Pertamina Soccer School jika ingin mengetahui informasi lebih lanjut. *Video* berisi video-video konferensi pers, pertandingan, pelatihan, dan profil Pertamina Soccer School.

3.3.1.2 Akun Jejaring Sosial Pertamina Soccer School

Kehadiran situs jejaring sosial juga akan dimanfaatkan oleh tim *media relations* Pertamina Soccer School untuk menyebarkan informasi. Tim *media relations* Pertamina Soccer School akan membuat akun twitter resmi Pertamina Soccer School dengan alamat @PSS_ID. Nama PSS sendiri merupakan singkatan Pertamina Soccer School dan ID mewakili kata Indonesia. Seluruh informasi yang diberikan akan menggunakan hashtag #PSS untuk mempermudah dalam pencarian. Akun twitter resmi ini digunakan untuk meletakkan *link* berita mengenai kegiatan Pertamina Soccer School. Selain itu, juga digunakan untuk menyampaikan informasi secara *live*, misalnya pada saat pertandingan atau kegiatan berlangsung.

Tim *media relations* Pertamina Soccer School juga akan membuat akun resmi Flickr Pertamina Soccer School dengan nama Pertamina Soccer School. Tujuan dibuatnya akun ini adalah untuk meletakkan foto-foto kegiatan Pertamina Soccer School agar wartawan yang tidak hadir saat peliputan tetap dapat memuat informasi resmi dan akurat yang diletakkan pada situs ini. Sama halnya dengan akun resmi Flickr, akun Youtube juga dimanfaatkan untuk meletakkan video-video kegiatan Pertamina Soccer School yang diproduksi oleh Pertamina TV. Tujuannya adalah untuk menyebarluaskan informasi berupa video kegiatan Pertamina Soccer School, seperti pada saat mengikuti pertandingan di Milan, di Liga Pertamina, dan pertandingan persahabatan dengan media.

3.3.2 *Workshop* jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”

Workshop jurnalis ini akan diselenggarakan untuk mengawali seluruh rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School. Kegiatan ini akan

dihadiri oleh beberapa narasumber yang terkait dengan program Pertamina Soccer School dan sepak bola Indonesia. Beberapa hal yang akan dibahas dalam workshop ini adalah mengenai program Pertamina Soccer School dan dampaknya dalam membangun kembali sepak bola Indonesia dari keterpurukan.

Diadakannya *workshop* ini pada awal rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School bertujuan untuk memperkenalkan Pertamina Soccer School secara garis besar kepada wartawan, memberikan gambaran dan pengetahuan tentang kegiatan Pertamina Soccer School itu sendiri. Di samping itu, kegiatan ini diharapkan dapat membuka wawasan wartawan terkait program Pertamina Soccer School yang dapat dilihat dari beberapa sudut pandang agar pemberitaan positif mengenai Pertamina Soccer School lebih meluas tidak hanya sebagai kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Workshop ini akan diadakan pada Selasa, 22 Januari 2013 dan bertempat di Krakatau Room, Grand Hyatt Hotel Jl. M. H. Thamrin Kav. 28-30, Jakarta. Acara ini akan dimulai pada pukul 09.30 pagi hingga selesai. Pagi hari dimaksudkan untuk memaksimalkan konten acara dan waktu pagi umumnya tingkat konsentrasi pendengar masih tinggi.

Kegiatan ini memiliki target sebagai berikut:

- Kehadiran undangan minimal 70% dari seluruh undangan yang disebar.
- Pemberitaan Pertamina Soccer School pada media cetak, elektronik, maupun media baru minimal 70% dari rekan-rekan media yang hadir.
- Kualitas pemberitaan positif/ suportif tentang kegiatan ini dari media yang hadir dalam acara ini.
- Peningkatan permintaan media akan informasi mengenai Pertamina Soccer School.
- Peningkatan permintaan media untuk melakukan wawancara kepada manajemen atau pun siswa peserta program Pertamina Soccer School.

- Munculnya pemberitaan Pertamina Soccer School dari media yang sebelumnya tidak pernah melakukan pemberitaan terkait program ini

3.3.3 *Media Gathering*

Media Gathering merupakan kegiatan kebersamaan dengan media yang bertujuan untuk membangun hubungan kekerabatan antara program Pertamina Soccer School dan wartawan dalam nuansa informal. Kegiatan ini akan dilaksanakan sebanyak empat kali dalam berbagai bentuk. Kegiatan *media gathering* ini terdiri dari *media luncheon* sebanyak dua kali, buka puasa bersama Pertamina Soccer School saat bulan puasa, serta pertandingan persahabatan yang sekaligus merayakan HUT Pertamina Soccer School ke-1. Pada berbagai kesempatan *media gathering* ini pula tim *media relations* Pertamina Soccer School juga dapat menyebarkan nilai-nilai positif terkait kehadiran program Pertamina Soccer School bagi kemajuan sepak bola Indonesia dengan pendekatan yang berbeda.

Keseluruhan program *media gathering* ini memiliki target sebagai berikut:

- Kehadiran media minimal 70% dari seluruh undangan yang disebar.
- Peserta yang berpartisipasi dalam pertandingan persahabatan minimal 15 orang.

3.3.3.1 *Media Luncheon*

Kegiatan *Media Luncheon* akan dilaksanakan sebanyak dua kali, yakni pada bulan Februari 2013 dan Mei 2013. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengumpulkan rekan-rekan jurnalis dalam suasana non formal sehingga dapat menciptakan hubungan kekeluargaan antara program Pertamina Soccer School, yang meliputi pemain, tim, hingga program itu sendiri, dengan rekan-rekan jurnalis. *Media Luncheon* kedua dilaksanakan di bulan Mei 2013 untuk memperlihatkan kekonsistensian dan keseriusan tim *media relations* Pertamina Soccer School dalam menjalin hubungan mutualisme dengan wartawan.

Hubungan mutualisme yang di maksud adalah hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, di mana pihak Pertamina Soccer School diuntungkan dengan *media coverage* yang cukup baik dan rekan-rekan wartawan juga mendapatkan pemberitaan yang berkualitas.

Media Luncheon pertama akan dilaksanakan pada Senin, 11 Februari 2013. Lokasi dilaksanakannya kegiatan ini berada di Restoran De Luca, Plaza Senayan. Jl. Asia Afrika No. 8, Jakarta. Kegiatan ini akan dilaksanakan mendekati waktu makan siang, yakni pada pukul 11.00-selesai. *Media Luncheon* kedua akan dilaksanakan pada Selasa, 14 Mei 2013 dan bertempat di Restoran Thamnak Thai, Menteng Central-1st Floor, Jl. HOS Cokroaminoto No. 78- 80, Jakarta. Sama dengan kegiatan *media luncheon* pertama, kegiatan kedua ini juga akan dilaksanakan mendekati waktu makan siang, yakni pada pukul 11.00-selesai. Kedua lokasi tersebut dipilih karena letaknya yang strategis.

3.3.3.2 Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School

Kegiatan Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School dilaksanakan dalam rangka menjalin silaturahmi dengan rekan-rekan wartawan pada saat bulan puasa. Acara ini akan berisi jamuan makan bersama dan ditutup dengan shalat magrib bersama bagia yang menjalankan ibadah puasa. Kegiatan ini akan melibatkan tim Pertamina Soccer School, yang terdiri dari tim *media relations*, pelatih, dan siswa-siswa, dan juga wartawan sebagai tamu undangan.

Kegiatan ini akan dilaksanakan pada saat bulan puasa, tepatnya Kamis, 18 Juli 2013. Lokasi diselenggarakannya kegiatan ini, yaitu di Restoran TeSaTe Menteng, Jl. Sam Ratulangi No. 39 Menteng Jakarta. Acara ini akan dimulai mendekati waktu berbuka puasa, yaitu pada pukul 17.00-selesai.

3.3.3.3 Pertandingan Persahabatan dan Syukuran HUT Pertamina Soccer School

Kegiatan ini merupakan puncak acara dari serangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School yang akan diselenggarakan bertepatan dengan HUT Pertamina Soccer School pada bulan September 2013. Kegiatan bertajuk “Me Vs. The Media” ini berisi pertandingan futsal antara siswa-siswa Pertamina Soccer School dengan rekan-rekan media.

Pertandingan persahabatan ini dibuat dengan tujuan agar rekan media dapat mendapatkan pengalaman tersendiri teknik dan *skill* bermain para siswa Pertamina Soccer School. Hal ini diharapkan dapat semakin memotivasi wartawan untuk menuliskan pemberitaan positif mengenai Pertamina Soccer School. Bagian acara yang juga amat penting dalam kegiatan ini adalah seremoni perayaan ulang tahun Pertamina Soccer School yang telah berusia satu tahun. Kegiatan ini diadakan untuk memperlihatkan keeksistensian program ini kepada khalayak ramai. Pada acara ini, akan diundang beberapa pengisi acara untuk menambah kemeriahan acara.

Kegiatan ini akan dilaksanakan pada 21 September 2013. Lokasi dilaksanakannya kegiatan ini bertempat di GOR Sumantri Brojonegoro, Jalan H. R. Rasuna Said, Jakarta Selatan, 12710. Acara ini akan dimulai pada pukul 09.00.

3.3.4 *Media Visit*

Salah satu kegiatan yang juga disusun dalam rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School adalah melaksanakan *media visit* ke beberapa perusahaan media dengan tema “*Pertamina Soccer School Goes to Media*”. Kegiatan ini akan melibatkan tim *media relations* Pertamina Soccer School dan perwakilan siswa-siswa. Hal ini dilakukan guna mendekatkan dan mendalami program Pertamina Soccer School kepada wartawan, khususnya bagi media-media yang cukup besar, namun tidak terlalu banyak memberitakan tentang Pertamina Soccer School. Kegiatan ini akan dilaksanakan dalam nuansa informal yang penuh keakraban. Tim panitia *media relations* Pertamina Soccer School akan melakukan pendekatan yang akan disesuaikan dengan sudut pandang karakteristik masing-masing media sesuai kategori yang telah ditentukan, umum, olahraga, gaya hidup dan remaja, dan bumn dan energi. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mempromosikan komunitas wartawan “*Associated Press Football Fans*” yang akan dibentuk pada bulan Juni 2013 agar anggota komunitas semakin banyak dan beragam.

Kegiatan ini rencananya akan dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2013. Selama rentang waktu tersebut ditargetkan ada empat media yang sedia berpartisipasi. Dalam setiap kunjungan akan disampaikan beberapa materi ringan

terkait program Pertamina Soccer School yang dikemas secara menarik dalam bentuk tayangan video profil Pertamina Soccer School. Kegiatan juga akan diselingi dengan sesi kuis dan tanya jawab.

Kegiatan ini memiliki target, antara lain:

- Minimal ada empat media yang dikunjungi.
- Keikutsertaan dalam komunitas “*Associated Press Football Fans*” bertambah.

3.3.5 Komunitas Wartawan “*Associated Press Football Fans*”

Untuk semakin mempererat dan memperkuat hubungan antara program Pertamina Soccer School dengan rekan-rekan media, tim pelaksana membentuk komunitas wartawan yang dinamakan “*Associated Press Football Fans*”. Komunitas ini merupakan persatuan tim *media relations* dan rekan-rekan wartawan yang memiliki kepedulian terhadap kemajuan sepak bola Indonesia serta menaruh dukungannya terhadap kegiatan Pertamina Soccer School. Partisipasi dari anggota yang tergabung dalam komunitas ini merupakan bentuk dukungan bagi program Pertamina Soccer School. Pembentukan komunitas ini juga dimaksudkan agar tim panitia *media relations* Pertamina Soccer School dapat lebih mudah menyebarkan informasi Pertamina Soccer School dan sebaliknya juga memperoleh informasi mengenai isu-isu terkait kondisi sepak bola secara umum sebagai masukan bagi perkembangan kegiatan Pertamina Soccer School.

Saluran komunikasi yang akan digunakan dalam komunitas ini adalah *mailing list/* milis. Tim panitia akan membuat sebuah milis. Melalui milis tersebut, tim panitia *media relations* akan terus memperbaharui informasi mengenai kegiatan Pertamina Soccer School dan juga untuk mengundang rekan-rekan wartawan dalam rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School berikutnya. Selain itu, milis tersebut juga digunakan untuk pertukaran informasi terkait isu sepak bola terkini dari rekan-rekan jurnalis sehingga dapat menjadi masukan bagi kesuksesan Pertamina Soccer School ke depannya.

Komunitas ini akan dibentuk pada bulan Juni 2013. Hal ini didasari pertimbangan bahwa pada masa tersebut telah terjalin keakraban yang cukup

melalui serangkaian kegiatan pembuka yang sebelumnya telah dilaksanakan. Promosi keanggotaan komunitas ini akan mulai dilakukan secara informal sejak kegiatan *media luncheon* pertama pada bulan Februari 2013.

Target dalam pelaksanaan kegiatan ini, antara lain:

- Minimal peserta komunitas 30 orang.

3.3.6 Konferensi Pers

Konferensi pers merupakan kegiatan yang sengaja dirancang untuk mendapatkan peliputan media terkait aktivitas siswa-siswa Pertamina Soccer School. Kegiatan ini akan diadakan sebanyak dua kali, yakni bertepatan pada momentum Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina pada bulan Agustus 2013 dan Pertamina Soccer School Goes to Milan pada bulan Desember 2013. Diadakannya konferensi pers dan penyebaran *press release* bertujuan untuk mendapatkan liputan yang maksimal oleh media. Liputan dari media diperlukan sebagai bentuk dukungan terhadap siswa-siswa Pertamina Soccer School. Kegiatan konferensi pers ini berisi pemaparan terkait kegiatan yang akan dilaksanakan dan dilanjutkan dengan jamuan makan siang.

Konferensi Pers pertama akan dilaksanakan menjelang dilangsungkannya acara Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina. Liga Pertamina adalah liga pertandingan sepak bola, yang disponsori oleh Pertamina setiap tahunnya, yang diikuti oleh beberapa sekolah/ sepak bola di Indonesia. Konferensi Pers pertama ini akan dilaksanakan pada Rabu, 28 Agustus 2013. Lokasi diadakannya konferensi pers ini bertempat di Restoran Seribu Rasa, Jl. Haji Agus Salim 128, Menteng, Jakarta. Acara konferensi pers ini akan dimulai pada pukul 10.30–selesai.

Konferensi pers kedua akan dilaksanakan menjelang dilangsungkannya acara Pertamina Soccer School Goes to Milan. Pertamina Soccer School Goes to Milan sendiri ialah kegiatan mengirimkan beberapa pemain terpilih untuk mengikuti ajang bergengsi AC Milan Junior Championship yang diadakan setiap tahun di Milan, Itali. Pada tahun 2013 ini, kegiatan tersebut akan dilaksanakan pada bulan Desember 2013 sehingga pelaksanaan konferensi pers Pertamina

Soccer School Goes to Milan akan dilaksanakan pada Senin, 25 November 2013. Lokasi kegiatan ini adalah di Restoran The Only One Club FX, Lantai F5 Unit 04. Jl. Jend. Sudirman Pintu Satu Senayan, Tanah Abang, Jakarta Pusat. Acara ini akan dilaksanakan pada pukul 10.30-selesai.

Kedua kegiatan konferensi pers ini memiliki target sebagai berikut:

- Kehadiran undangan yakni 70% dari total undangan yang disebar.
- Pemberitaan positif mengenai kegiatan Pertamina Soccer School Goes to Milan minimal 70% dari seluruh media yang hadir.
- Perluasan cakupan pemberitaan media dari empat sudut pandang kategori media, yakni media umum, olahraga, gaya hidup dan remaja, serta BUMN dan energi.

3.3.7 *Exclusive Interview*

Dalam rangka mendapatkan kedalaman ulasan di media terkait program Pertamina Soccer School, tim panitia *media relations* mengundang salah satu media untuk melakukan *exclusive interview*. Media yang diundang berkesempatan untuk melakukan wawancara eksklusif kepada Direktur Utama PT Pertamina (Persero) dan salah satu siswa unggulan Pertamina Soccer School. Wawancara ini akan menitikberatkan pada komitmen tinggi Pertamina pada usianya yang ke-56 tahun, yang diwujudkan dalam kegiatan Pertamina Soccer School, serta peran Pertamina Soccer School ke depannya sebagai salah satu sekolah sepak bola berkualitas di Indonesia.

Kegiatan ini rencananya akan dilaksanakan pada Senin, 16 Desember 2013. Alasan dipilihnya bulan Desember 2013 adalah untuk menunjukkan semangat Pertamina dalam mengimplementasikan kegiatan CSR-nya di usianya yang memasuki usia 56 tahun tepat pada 10 Desember 2013. Lokasi diadakannya acara ini adalah di Gedung Utama Pertamina, Lt.23. Dimulainya acara ini adalah pukul 08.00 hingga selesai.

Target yang ditetapkan dalam kegiatan ini adalah:

- Ketersediaan media yang diundang untuk melakukan wawancara ini.
- Pemberitaan positif terkait hasil wawancara eksklusif ini di media massa tersebut.

3.6 Rencana Kegiatan

Sebelum melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School, tim panitia *media relations* terlebih dahulu mempersiapkan rencana kegiatan secara rinci agar setiap pelaksanaan kegiatan menjadi lebih terarah. Rencana kegiatan ini meliputi segala bentuk persiapan yang harus dilaksanakan sebelum terlaksananya sebuah kegiatan. Selain itu, perencanaan kegiatan ini sekaligus dimaksudkan untuk menentukan pelaksana yang bertanggung jawab pada setiap kegiatan dan juga menentukan indikator keberhasilan, serta metode evaluasi yang digunakan dalam setiap rencana kegiatan.

Berikut secara rinci, rencana kegiatan seluruh rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School.

A. Tahap Pra Rangkaian Kegiatan Media Relations Pertamina Soccer School

1. Pembahasan kerangka kerja dan garis besar rangkaian kegiatan

Tujuan :

Mendapatkan gambaran besar dan susunan kegiatan, kepanitiaan, rancangan waktu, dan anggaran

Waktu : Minggu ke-1 Januari 2013

PIC : *Project Officer*

Peserta : Seluruh tim panitia

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

2. Rapat sosialisasi dan koordinasi 1

Tujuan :

Menyampaikan gambaran Program *Media Relations Pertamina Soccer School* kepada seluruh karyawan di lingkungan perseroan PT Pertamina (Persero) agar substansi kegiatan ini dapat dipahami dengan baik.

Waktu : Minggu ke-2 Januari 2013
 PIC : *Project Officer*
 Peserta :Seluruh karyawan internal di lingkungan Sekretaris Perseroan
 Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta
 Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

3. Rapat sosialisasi dan koordinasi 2

Tujuan :

- Menyampaikan progress dan garis besar konsep kegiatan masing-masing seksi.
- Koordinasi mekanisme pelaksanaan seluruh kegiatan
- Mempertimbangkan nasehat dan arahan dewan pengawas terkait konsep kegiatan yang sudah dirancang.

Waktu : Minggu ke-2 Januari 2013
 PIC : *Project Officer*
 Peserta : Dewan Pengawas, *Project Officer*, dan seluruh tim panitia
 Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta
 Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

4. Sosialisasi kepada siswa Pertamina Soccer School

Tujuan :

Melakukan sosialisasi kepada siswa–siswa PSS perihall kegiatan *Media Relations PSS*

Waktu : Minggu ke-2 Januari 2013
 PIC : *Project Officer*

Peserta	: Dewan Pengawas, <i>Project Officer</i> , dan para siswa Pertamina Soccer School.
Indikator Keberhasilan	: Kehadiran Peserta
Metode Evaluasi	: Menghitung daftar hadir

B. Tahap Kegiatan

1. Pertamina Soccer School On New Media

PIC	: P.J. <i>New Media</i>
Peserta	: Tim Pelaksana <i>New Media</i>

Tahap Persiapan Kegiatan

Tujuan	:
	<ul style="list-style-type: none"> - Pembahasan pelaksanaan materi publikasi Pertamina Soccer School on <i>New Media</i> - Penentuan materi desain dan konten publikasi media sosial - Membuat akun-akun resmi situs web dan jejaring sosial Pertamina Soccer School. (Website: www.pertaminasoccerschool.com, Twitter: @PSS_ID, Flickr: Pertamina Soccer School, dan Youtube : Pertamina Soccer School.) - Penentuan jadwal konten dipublikasikan
Waktu	: Minggu ke 1-2 Januari 2013.
Indikator Keberhasilan	: Kehadiran Peserta
Metode Evaluasi	: Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Memperbaharui informasi di website dan situs jejaring sosial PSS dengan informasi terbaru mengenai PSS (cont. Informasi Skor Pertandingan di Milan, dll.)

Waktu	: Sepanjang kegiatan berlangsung.
Indikator Keberhasilan	:
	<ul style="list-style-type: none"> - Bertambahnya pengunjung website.

- Respon pengguna Twitter dan Flickr.

Metode Evaluasi :

- Jumlah pengunjung *website*.
- *Social Media Monitoring*.

2. Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”

PIC : P.J. Workshop Jurnalis

Peserta : *Project Officer* dan Tim Pelaksana
Workshop Jurnalis

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan tema, lokasi, konsep materi desain (*Undangan, goody bag, cue card, backdrop, layout, dan cinderamata*)
- Penyusunan urutan acara.
- Penentuan pembicara dan materi *talking point*.
- Penentuan pengisi acara (MC+Band)
- Penyewaan lokasi dan pemesanan jasa konsumsi, dokumentasi, sound system, dan segala perlengkapan yang diperlukan.
- Mengirimkan undangan melalui pos, email, atau fax.
- Konfirmasi kesediaan undangan, narasumber dan pengisi acara

Waktu : Minggu ke 1-3 Januari 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Memperkenalkan dan memberikan pengetahuan kepada rekan-rekan media terkait misi serta peranan PSS bagi kemajuan sepak bola tanah air.

Waktu : 22 Januari 2013

Indikator Keberhasilan :

- Jumlah kehadiran peserta

- Jumlah pemberitaan kegiatan ini.
- Kualitas pemberitaan
- Jumlah permintaan media akan informasi PSS kepada tim *Media Relations* PSS

Metode Evaluasi :

- Daftar hadir
- *Media Monitoring* dan *Media Content Analysis*

3. Media Gathering: Media Luncheon

(Media Luncheon 1 dan 2)

PIC : P.J. Media Luncheon

Peserta Luncheon : *Project Officer* dan Tim Pelaksana Media Luncheon

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan lokasi dan menu makanan.
- Penentuan urutan acara dan talking point.
- Penyewaan lokasi dan pemesanan jasa konsumsi, dokumentasi, sound system, dan segala perlengkapan yang diperlukan.
- Mengirimkan undangan melalui email dan fax.
- Konfirmasi kesediaan undangan dan narasumber.

Waktu : Minggu ke-2 Januari 2013 s/d Minggu ke-2 Februari 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Mengadakan pertemuan dengan rekan–rekan media dalam bentuk makan siang bersama.

Waktu : 11 Februari 2013 dan 14 Mei 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

4. Media Visit

PIC : P.J. Media Visit
 Peserta : *Project Officer* dan Tim Pelaksana Media Visit

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan perusahaan media yang dikunjungi
- Penentuan konsep kegiatan (materi presentasi)
- Penentuan urutan acara.
- Penentuan materi desain (goody bag, cinderamata)
- Pemesanan jasa konsumsi, dokumentasi, sound system, dan segala perlengkapan yang diperlukan.
- Mengirimkan undangan melalui pos dan email.
- Konfirmasi kesediaan undangan dan narasumber.

Waktu : Januari s/d Februari 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Mendekatkan program Pertamina Soccer School ke beberapa perusahaan media sesuai dengan karakter masing-masing media dan mempromosikan komunitas wartawan "*Associated Press of Football Fans*"

Waktu : Maret s/d April 2013

Indikator Keberhasilan :

- Kunjungan minimal ke empat media.
- Jumlah rekan-rekan media yang ikut bergabung dalam komunitas.
- Jumlah permintaan informasi Pertamina Soccer School kepada tim *Media Relations PSS*

Metode Evaluasi :

- Jumlah kunjungan
- Wartawan yang ikut dalam komunitas

- Permintaan informasi Pertamina Soccer School kepada tim *Media Relations* PSS.

5. Komunitas Wartawan “Associated Press Football Fans”

PIC : P.J. Press Community
 Peserta : *Project Officer* dan Tim Pelaksana Press Community

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan nama, visi, dan misi komunitas.
- Penentuan metode promosi
- Penentuan saluran komunikasi

Waktu : Maret-Mei 2013
 Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta
 Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Wadah pertukaran informasi dan perkembangan isu-isu tentang sepak bola yang dapat memajukan Pertamina Soccer School.

Waktu : Juni 2013
 Indikator Keberhasilan :
 - Jumlah peserta komunitas.
 - *Input* rekan-rekan media
 Metode Evaluasi :
 - Menghitung daftar keanggotaan
 - Jumlah Informasi yang disebarkan melalui milis sebagai saluran komunikasi

6. Media Gathering: Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School

PIC : P.J. Buka Puasa
 Peserta : *Project Officer* dan Tim Pelaksana Buka Puasa

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan lokasi.
- Penentuan konsep materi design (goody bag, backdrop, layout, dan cinderamata)
- Penentuan urutan acara
- Penyewaan lokasi dan pemesanan jasa konsumsi, dokumentasi, sound system, dan segala perlengkapan yang diperlukan.
- Mengirimkan undangan melalui pos, milis komunitas wartawan (*Associated Press of Football Fans*), dan email.
- Konfirmasi kesediaan undangan, narasumber dan pengisi acara.

Waktu : Mei s/d Juni 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Menjalin silaturahmi dalam bentuk buka puasa bersama antara program Pertamina Soccer School dan rekan media.

Waktu : 18 Juli 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

7. Konferensi Pers

(Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina & Pertamina Soccer School Goes to Milan)

PIC : P.J. Konferensi Pers

Peserta : *Project Officer*, Tim Pelaksana Konferensi Pers, dan PJ Siaran Pers

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan lokasi, konsep materi design (goody bag, backdrop, layout, dan cinderamata)

- Penentuan urutan acara dan talking point. Penyewaan lokasi dan pemesanan jasa konsumsi, dokumentasi, sound system, dan segala perlengkapan yang diperlukan.
- Mengirimkan undangan melalui pos, milis komunitas wartawan (*Associated Press of Football Fans*), dan email.
- Konfirmasi kesediaan undangan, narasumber dan pengisi acara,

Waktu : Mei s/d Oktober 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Melaksanakan Konferensi Pers sebanyak dua kali.

Waktu : 28 Agustus 2013 dan 25 November 2013

Indikator Keberhasilan :

- Jumlah kehadiran peserta
- Jumlah pemberitaan.
- Kualitas pemberitaan

Metode Evaluasi :

- Daftar hadir
- *Media Monitoring dan Media Content Analysis*

8. Pertandingan Persahabatan dan Syukuran HUT Pertamina Soccer School

PIC : P.J. Pertandingan Persahabatan dan HUT

PSS

Peserta : *Project Officer*, Tim Pelaksana Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS, dan PJ Siaran Pers.

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan lokasi dan konsep materi desain (kaos panitia, rompi peserta, undangan, spanduk, cinderamata, dan papan hadiah)

- Penentuan hadiah pertandingan persahabatan.
- Penentuan teknis pertandingan.
- Perumusan urutan kegiatan.
- Penentuan pengisi acara.
- Penyewaan lokasi dan pemesanan jasa konsumsi, dokumentasi, sound system, dan segala perlengkapan yang diperlukan.
- Mengirimkan undangan melalui pos, milis komunitas wartawan (*Associated Press of Football Fans*), dan email.
- Konfirmasi kesediaan undangan, narasumber dan pengisi acara,
- Gladi Resik kegiatan pertandingan persahabatan dan Syukuran HUT PSS

Waktu : Mei s/d Minggu ke-2 September 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Mengadakan pertandingan persahabatan antara rekan-rekan media dan siswa PSS dilanjutkan kebersamaan dalam bentuk seremoni syukuran HUT Pertamina Soccer School ke-1

Waktu : 21 September 2013

Indikator Keberhasilan :

- Keikutsertaan rekan-rekan wartawan minimal 25 orang.
- Peliputan tentang kegiatan HUT PSS.

Metode Evaluasi :

- Daftar hadir
- *Media Monitoring* dan *Media Content Analysis*

9. Exclusive Interview

PIC : P.J. Exclusive Interview

Peserta : *Project Officer* dan Tim Pelaksana Exclusive Interview

Tahap Persiapan Kegiatan

- Penentuan media yang diundang.
- Penentuan lokasi dan konsumsi
- Penentuan urutan acara dan talking point.
- Mengirimkan undangan melalui email dan fax.
- Konfirmasi kesediaan narasumber dan undangan,

Waktu : September s/d Desember Minggu ke-1
2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Mendapatkan liputan eksklusif mengenai kegiatan Pertamina Soccer School.

Peserta : Direktur Utama PT Pertamina (Persero), perwakilan siswa Pertamina Soccer School, dan media undangan

Waktu : 16 Desember 2013

Indikator Keberhasilan : Kualitas Pemberitaan

Metode Evaluasi : *Media Content Analysis*

C. Tahap Pasca Kegiatan

1. Rapat Evaluasi

Dilakukan di setiap akhir kegiatan.

PIC : *Project Officer*

Peserta : Seluruh tim panitia

Waktu : Januari s/d Desember 2013

Indikator Keberhasilan : Kehadiran Peserta

Metode Evaluasi : Menghitung daftar hadir

2. *Media Monitoring dan Media Content Analysis*

Dilakukan sebanyak dua jenis, rutin setiap bulan dan setiap akhir kegiatan.

PIC : PJ Media Monitoring
 Waktu : Januari s/d Desember 2013
 Indikator Keberhasilan :

- Kuantitas pemberitaan.
- Kualitas pemberitaan positif/ suportif.

Metode Evaluasi :
 - *Media Monitoring* dan *Media Content Analysis*

3. **Thankyou Notes**

Merupakan ungkapan terima kasih atas partisipasi wartawan dalam rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School

PIC : PJ Masing-masing Seksi
 Waktu : Januari s/d Desember 2013
 Indikator Keberhasilan : Respon positif rekan-rekan media
 Metode Evaluasi : Melihat respon rekan-rekan media

4. **Activity Report**

Membuat laporan kegiatan di tiap akhir kegiatan.

PIC : PJ *Reporting* dan Administrasi
 Waktu : Januari s/d Desember 2013
 Indikator Keberhasilan :
 - Meningkatnya intensitas pemberitaan PSS
 - Beragamnya pemberitaan positif tentang PSS
 - Meningkatnya citra dan reputasi Pertamina sebagai penyelenggara PSS
 Metode Evaluasi :
 - ROI (*Return of Investment*)
 - Hasil laporan akhir keseluruhan rangkaian kegiatan *Media Relations* PSS.

3.5 Budgeting

Secara ringkas, berikut anggaran seluruh rangkaian kegiatan program Pertamina Soccer School. Daftar anggaran secara terperinci dapat dilihat pada bagian lampiran.

Tabel 3.1 Rencana Anggaran

No.	Nama Kegiatan	Total Anggaran	Keterangan
1	Persiapan pra rangkaian kegiatan <i>media relations</i> Pertamina Soccer School	3,300,000	Rapat sosialisasi dan koordinasi 1 dan 2 dan sosialisasi kepada siswa-siswa PSS
2	Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Melalui Pertamina Soccer School”	81,525,000	Fee MC, narasumber, jasa pos TIKI, dan material <i>printing</i>
3	Media Luncheon 1	14,400,000	Biaya Jamuan makan siang
4	Media Visit	15,800,000	Biaya Konsumsi dan material <i>printing</i>
5	Media Luncheon 2	14,400,000	Biaya Jamuan makan siang
6	Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School	32,550,000	Biaya Konsumsi dan material <i>printing</i>
7	Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina	14,550,000	Biaya Jamuan makan siang dan material <i>printing</i>
8	Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	128,555,000	Biaya Pengisi acara, Jamuan makan siang dan material <i>printing</i>
9	Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan	14,150,000	Biaya Jamuan makan siang dan material <i>printing</i>
10	Exclusive Interview	250,000	Biaya Jamuan Snack
11	Tahap Pasca Kegiatan	17,000,000	Biaya tidak terduga, pembubaran panitia, dan biaya pulsa
Total Anggaran Keseluruhan		336,480,000	

3.6 Timeline

Berikut secara ringkas, tabel rencana waktu rangkaian kegiatan Pertamina Soccer School. Rincian masing-masing kegiatan dapat dilihat pada bagian 3.6 Rencana Kegiatan.

Tabel 3.2 Rencana waktu rangkaian kegiatan Pertamina Soccer School

No	Tahun 2013	Bulan ke-											
	Nama Kegiatan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan garis besar pra rangkaian kegiatan												
2	Pertamina Soccer School on New Media	Sepanjang kegiatan berlangsung											
3	Workshop Jurnalis "Meretas Bakat Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School"												
4	Media Luncheon 1												
5	Media Visit												
6	Media Luncheon 2												
7	Komunitas wartawan "Associated Press Football Fans"												
8	Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School												
9	Konferensi Pers "Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina"												
10	Pertandingan Persahabatan "Me Vs. The Media" dan HUT PSS												
11	Konferensi Pers "Pertamina Soccer School Goes to Milan"												
12	Exclusive Interview												
13	Media monitoring, media content analysis, dan ucapan terima kasih	Sepanjang kegiatan berlangsung											
14	Activity Report												

BAB IV EKSEKUSI

4.1 Persiapan Pra Rangkaian Kegiatan

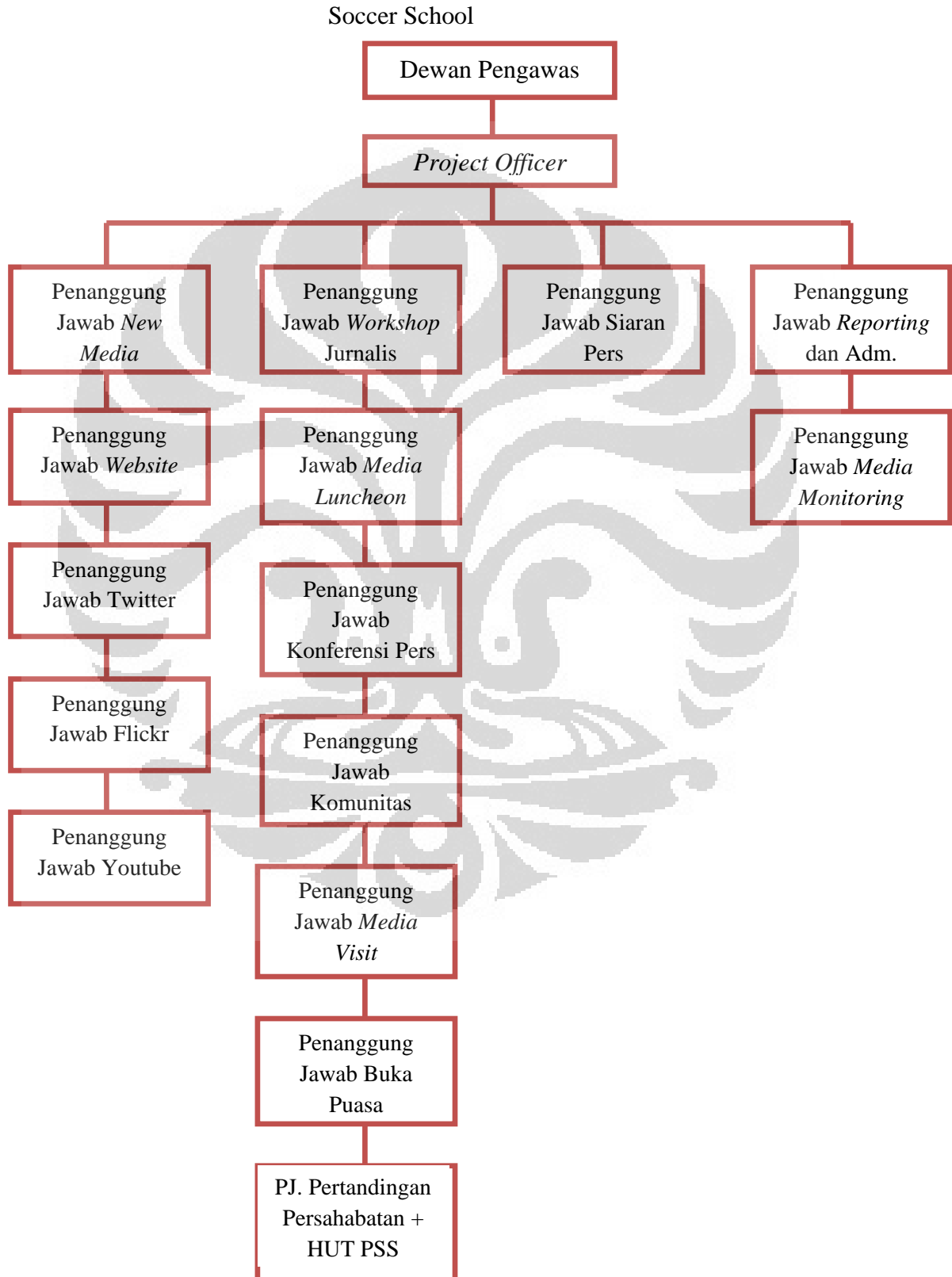
4.1.1 Pembuatan Struktur Kepanitiaan dan Pembagian Tugas

Pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School akan dilakukan oleh tim panitia *Media Relations* Pertamina Soccer School, yang terdiri dari Sekretaris Perseroan, *Vice President Corporate Communications*, Divisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Media. Divisi CSR menjadi bagian dari kepanitiaan ini karena divisi inilah yang menghasilkan program Pertamina Soccer School sedari awal sehingga penguasaan pengetahuan tentang Pertamina Soccer School pasti dipahami dengan baik. Divisi Media menjadi bagian dalam kepanitiaan ini karena fokus rangkaian kegiatan ini merupakan salah satu tugas pokok divisi ini. Tim pelaksana dalam kegiatan ini seluruhnya ialah pihak internal PT Pertamina (Persero) di bawah Sekretaris Perseroan. Pihak internal dimaksudkan untuk menghemat biaya dalam melakukan kegiatan ini. Adanya rasa *sense of belonging* yang tinggi untuk turut meningkatkan citra dan reputasi PT Pertamina (Persero) juga merupakan salah satu alasan yang dipertimbangkan.

Seluruh rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School akan diawasi oleh Dewan Pengawas, yang terdiri dari Sekretaris Perseroan dan *Vice President Corporate Communication*. Fungsinya adalah sebagai penasehat yang mengarahkan kegiatan sesuai dengan tema besar dan visi perusahaan. Tim panitia kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School ini akan dipimpin oleh seorang *Project Officer*. Dalam hal ini, posisi *Project Officer* dipegang oleh Manajer Media PT Pertamina (Persero), yakni Winanda Puspongoro. *Project Officer* bertugas untuk bertanggung jawab akan kelancaran dan keefektifan seluruh rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School. Setiap seksi akan dikepalai oleh seorang Penanggung Jawab, yang terdiri

dari karyawan–karyawan Divisi Media dan Divisi CSR. Setiap Penanggung Jawab bertugas untuk memastikan kelancaran jalannya kegiatan.

Tabel 4.1 Struktur Kepanitiaaan Rangkaian Kegiatan *Media Relations* Pertamina

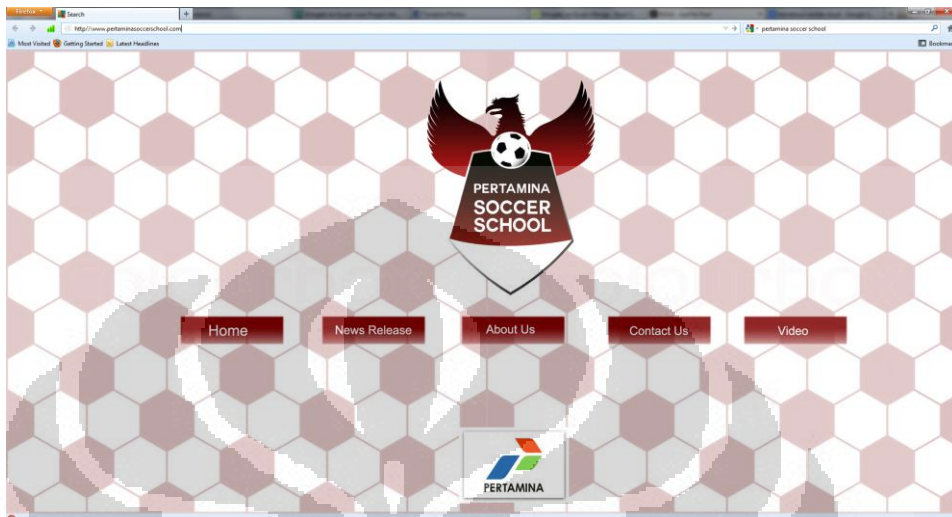


4.2 Rangkaian Kegiatan

4.2.1 Pertamina Soccer School on New Media

4.2.1.1 Tahap Persiapan Pertamina Soccer School on New Media

- Materi desain *website*



Gambar 4.1 Materi Desain *Website* PSS

4.2.1.2 Tahap Pelaksanaan Pertamina Soccer School on New Media

- Materi konten *website* dan jejaring sosial Twitter, Flickr, dan Youtube.

Tabel 4.2 Konten Media Baru Pertamina Soccer School

No.	Nama Kegiatan	Waktu	Konten
1.	Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama PSS”		<p><u>Website</u> Siaran pers.</p> <p><u>Twitter</u> @PSS_ID Saat ini tengah berlangsung Workshop Jurnalis dengan tema Meretas Juara Berkualitas Bersama #PSS</p> <p>@PSS_ID Sesi 1. “Memperkenalkan #PSS Lebih Dekat oleh Bapak Ifki Sukarya, Manajer CSR Pertamina</p> <p>@PSS_ID Sesi 2.”Kondisi sepak bola tanah air dan kelahiran #PSS” oleh I Gusti Kompyang Manila</p> <p>@PSS_ID Sesi 3.”Sepak Terjang Atlet Sepak Bola Tanah Air dan Kelahiran #PSS” oleh Andik Vermansyah</p> <p>@PSS_ID “Antusiasme rekan-rekan media dalam mengajukan pertanyaan kpd narasumber” twitpic.com</p> <p>@PSS_ID Siaran pers</p>

			<p>www.pertaminasoccerschool.com/siaranpers</p> <p><u>Flickr</u> Foto – foto selama kegiatan berlangsung.</p>
2.	<i>Media Luncheon</i> 1		<p><u>Twitter</u> @PSS_ID Kebersamaan para siswa #PSS dengan rekan-rekan media twitpic.com</p> <p><u>Flickr</u> Foto–foto selama kegiatan berlangsung.</p>
3.	Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan		<p><u>Website</u> Siaran pers.</p> <p><u>Twitter</u> @PSS_ID Saat ini tengah dilangsungkan Press Conf. #PSS Goes to Milan.</p> <p>@PSS_ID Siaran pers www.pertaminasoccerschool.com/siaranpers</p> <p><u>Flickr</u> Foto–foto selama kegiatan berlangsung.</p>
4.	Pertandingan AC Milan Junior Champ. 2012		<p><u>Website</u> Video rekaman pertandingan tim PSS.</p> <p><u>Twitter</u> @PSS_ID Skor saat ini Tim PSS Vs. Tim Spanyol 1-1 #PSS</p> <p>@PSS_ID Tim Indonesia terus mengejar ketertinggalannya dengan perlawanan dari sayap kiri #PSS</p> <p>@PSS_ID Ilham Bagas berhasil menguasai bola sementara #PSS</p> <p>@PSS_ID Gol kedua pun terpecahkan oleh kesebelasan #PSS</p> <p>@PSS_ID Hasil akhir pertandingan Tim PSS Vs. Tim Spanyol 2-1 #PSS</p> <p><u>Flickr</u> Foto–foto selama kegiatan berlangsung.</p> <p><u>Youtube</u> Video rekaman pertandingan tim PSS.</p>
5.	<i>Media Luncheon</i> 2		<p><u>Twitter</u> @PSS_ID Kebersamaan siswa–siswa #PSS dengan rekan-rekan media twitpic.com</p> <p><u>Flickr</u> Foto–foto selama kegiatan berlangsung.</p>
6.	<i>Media Gathering</i> : Buka Puasa Bersama PSS		<p><u>Website</u> Video rekaman pertandingan tim PSS.</p> <p><u>Twitter</u></p>

			<p>@PSS_ID Kebersamaan para siswa #PSS dengan rekan-rekan media twitpic.com</p> <p><u>Flickr</u> Foto -foto selama kegiatan berlangsung.</p>
8.	Konferensi Pers : PSS Goes to Liga Pertamina		<p><u>Website</u> Siaran pers.</p> <p><u>Twitter</u> @PSS_ID Saat ini tengah dilangsungkan Press Conf. #PSS Goes to Liga Pertamina.</p> <p>@PSS_ID Siaran pers www.pertaminasoccerschool.com/siaranpers</p> <p><u>Flickr</u> Foto-foto selama kegiatan berlangsung.</p>
9.	Pertandingan PSS di Liga Pertamina		<p><u>Website</u> Video rekaman pertandingan tim PSS.</p> <p><u>Twitter</u> @PSS_ID Skor saat ini SSB Muara Jambu melawan Tim #PSS masih 0-0</p> <p>@PSS_ID Elang Anindita berhasil merebut posisi sementara. #PSS</p> <p>@PSS_ID Gooooool ketiga untuk kesebelasan #PSS</p> <p>@PSS_ID Time's up! Selamat atas hasil yang telah diperoleh kepada kesebelasan #PSS yang menjadi juara pertama dalam final Liga Pertamina 2013.</p> <p>@PSS_ID Video pertandingan ini dapat disaksikan melalui youtube.com/PSSGoestoLigaPertamina</p> <p><u>Flickr</u> Foto-foto selama kegiatan berlangsung.</p> <p><u>Youtube</u> Video rekaman pertandingan tim PSS</p>
10.	Media Gathering : Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS		<p><u>Website</u> Siaran pers. Video rekaman pertandingan tim PSS.</p> <p><u>Twitter</u> @PSS_ID Suasana pertandingan persahabatan flickr.com #PSS @PSS_ID</p> <p>@PSS_ID Perolehan skor pertandingan persahabatan Tim Media Vs Tim #PSS yakni 2 - 2.</p> <p><u>Flickr</u></p>

			Foto–foto selama kegiatan berlangsung Youtube Video rekaman pertandingan tim PSS.
--	--	--	--

4.2.2 *Workshop* Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”

Kegiatan ini akan dipandu oleh Donna Agnesia, yang telah berpengalaman dalam membawakan acara–acara sepak bola. Donna Agnesia telah memulai berkecimpung menjadi presenter sepak bola sejak membawakan acara sepak bola pada acara Kampung World Cup 2006 di SCTV.

Sesi pertama pada kegiatan ini memiliki tema Memperkenalkan PSS Lebih Dekat. Bapak Ifki Sukarya selaku Manajer CSR PT Pertamina (Persero) dipilih sebagai pembicara pada sesi pertama karena beliau merupakan penanggung jawab kegiatan Pertamina Soccer School. Beliau akan memaparkan visi dan misi Pertamina Soccer School, kegiatan sehari–hari Pertamina Soccer School, serta fasilitas–fasilitas yang terdapat di Pertamina Soccer School, mulai dari pelatihan, kegiatan *homeschooling*, hingga asupan gizi yang dijaga dengan baik dan seimbang.

Sesi kedua pada kegiatan ini memiliki tema Kondisi Sepak Bola Indonesia dan Kelahiran Pertamina Soccer School. Narasumber kedua yakni, I Gusti Kompyang Manila akan memaparkan sudut pandang beliau terhadap kemunculan Pertamina Soccer School dilihat kacamata beliau sebagai pengamat sepak bola Indonesia. Alasan dipilihnya beliau dikarenakan pengalaman beliau di dunia sepak bola tanah air. Beliau pernah menjadi mantan manajer persija dan timnas Garuda. Selain itu, sosok beliau juga dikenal akrab oleh rekan–rekan jurnalis, khususnya jurnalis olahraga.

Sesi terakhir pada kegiatan ini memiliki tema Sepak Terjang Pemain Sepak Bola Indonesia dan kelahiran Pertamina Soccer School. Pembicara pada sesi terakhir ini adalah Andik Vermansyah selaku pemain timnas Garuda Indonesia. Alasan pemilihan Andik dikarenakan pengalaman Andik menjadi pemain sepak bola yang prestasinya dapat diperhitungkan. Pada sesi ini, Andik menceritakan pengalamannya meretas karirnya dalam bidang sepak bola yang dimulainya dari 0. Andik juga akan memaparkan penilaiannya terhadap

kemunculan Pertamina Soccer School dilihat dari kacamata beliau sebagai seorang pemain sepak bola Indonesia. Sosok cerita Andik ini sangat tepat menggambarkan perjuangan siswa–siswa Pertamina Soccer School, yang notabene berasal dari kalangan tidak mampu, namun memiliki kegigihan dalam mengejar cita–cita mereka sehingga berhasil mendapatkan beasiswa Pertamina Soccer School.

Hal–hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan ini:

- Mengkonfirmasi kehadiran pembicara dan narasumber melalui telepon.
 - Mengonfirmasi tempat berlangsungnya beserta menu makanan kegiatan ini. (H-7)
 - Menyebarkan undangan melalui *email*, fax, dan jasa kurir perusahaan langsung. (H-7)
 - Mengkonfirmasi apakah rekan–rekan media sudah menerima undangan untuk kegiatan ini (H-6)
 - Mengkonfirmasi kehadiran wartawan sebagai khalayak utama dalam kegiatan ini. (H-1)
 - Menyiapkan *goody bag*, cinderamata, siaran pers, *talking point*, dan susunan acara untuk dibagikan kepada seluruh peserta dalam kegiatan ini.
- Materi desain undangan

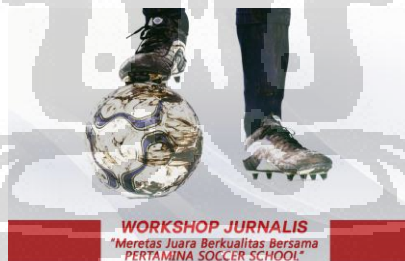
Undangan bagi wartawan akan dicetak sebanyak 63 buah sesuai dengan tabel daftar media yang diundang. Undangan ini akan dicetak pada kertas art paper bahan jasmine white berukuran A5. Undangan kepada wartawan ini akan dikirimkan kepada pemimpin redaksi masing–masing media melalui pos dan *e-mail*.



Gambar 4.2 Materi Desain Undangan Media

- Materi desain *cue card* MC

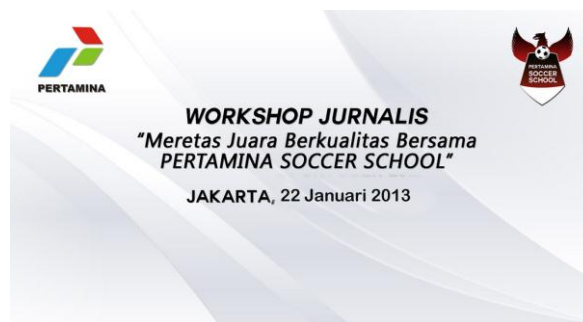
Cue Card ini akan dicetak pada kertas berbahan jasmine white dengan ukuran 15x10 cm sebanyak satu buah.



Gambar 4.3 Materi Desain Cue Card MC

- Materi desain *backdrop*

Backdrop digunakan sebagai latar belakang panggung tempat duduk narasumber. *Backdrop* memuat nama acara, tempat, tanggal, serta logo Pertamina Soccer School dan Logo Pertamina. *Backdrop* akan dicetak dengan ukuran 350 x 250 cm pada materi vinyl sebanyak satu buah.



Gambar 4.4 Materi Desain *backdrop*

- Materi desain *goody bag*

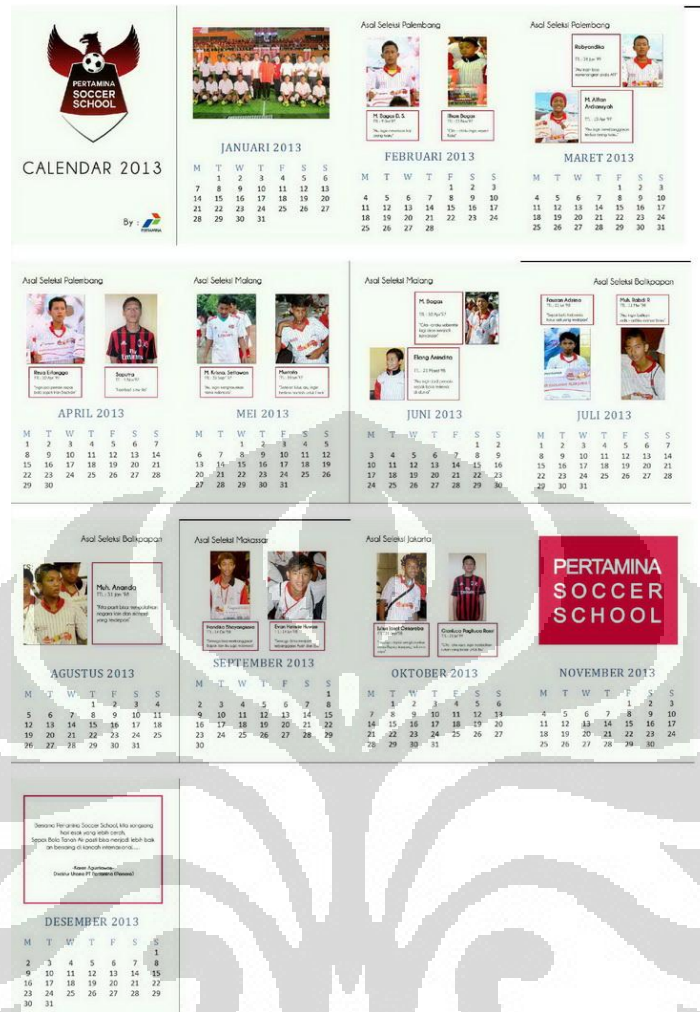
Goody bag akan dicetak sebanyak tamu undangan, yakni 80 buah. *Goody bag* ini digunakan untuk meletakkan siaran pers, susunan acara, dan cinderamata, yang akan diberikan kepada seluruh tamu undangan yang hadir.



Gambar 4.5 Materi Desain *Goody Bag*

- Materi desain cinderamata

Cinderamata yang akan dibagikan dalam kegiatan *workshop* jurnalis ini adalah kaos Pertamina Soccer School dan gelas berbentuk bola dengan logo Pertamina Soccer School. Masing–masing cinderamata akan dicetak sebanyak 80 buah.



Gambar 4.6 Materi Desain Kalender Pertamina Soccer School 2013

- Materi desain hadiah kuis
 Hadiah kuis disediakan sebanyak delapan buah untuk diberikan kepada pemenang yang beruntung dapat menjawab pertanyaan.



Gambar 4.7 Materi Desain USB Pertamina Soccer School

- Susunan acara

Tabel 4.3 Susunan Acara *Workshop* Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”

No.	Waktu	Durasi (Menit)	Nama Kegiatan	PIC	Keterangan
1.	09.00 –	30	Persiapan dan	Tim	Panitia hadir

	09.30		Registrasi	pelaksana <i>Workshop</i> Jurnalis	di lokasi maksimal 60 menit dari jadwal yang ditentukan.
2.	09.30 – 09.40	10	Pembukaan oleh MC Donna Agnesia	Donna Agnesia	
3.	09.40 – 10.00	20	MC memperkenalkan narasumber, moderator, dan siswa–siswa PSS	Donna Agnesia	
4.	10.00 – 10.30	30	Kata Sambutan: Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	
5.	10.30 – 12.00	90	Sesi 1: Memperkenalkan PSS Lebih Dekat oleh Manajer CSR, Ifki Sukarya	Manajer CSR, Ifki Sukarya	
6.	12.00 – 12.15	15	Q & A	Mic Runner	
7.	12.15 – 13.15	60	Ishoma	Tim pelaksana <i>Workshop</i> Jurnalis	
8.	13.15 – 14.45	90	Sesi 2: Kondisi Sepak Bola Tanah Air dan kelahiran PSS oleh Pengamat Sepak Bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila.	Pengamat Sepak Bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila	
9.	14.45 – 15.00	15	Q & A	Mic Runner	
8.	15.00 – 16.00	60	Sesi 3: Sepak Terjang Pemain Sepak Bola Indonesia dan kelahiran PSS oleh Pemain Sepak Bola Indonesia, Andik Vermansyah	Pemain Sepak Bola Indonesia, Andik Vermansyah	
9.	16.00 – 16.15	15	Q & A	Mic Runner	
10.	16.15 – 16.30	15	Kuis	Mic Runner, MC. Donna Agnesia	Hadiah berupa langsung diberikan oleh PJ <i>Workshop</i> / panitia yang bertugas
11.	16.30 – 16.45	15	Penutupan oleh MC, Donna Agnesia	MC. Donna Agnesia	

- Siaran pers

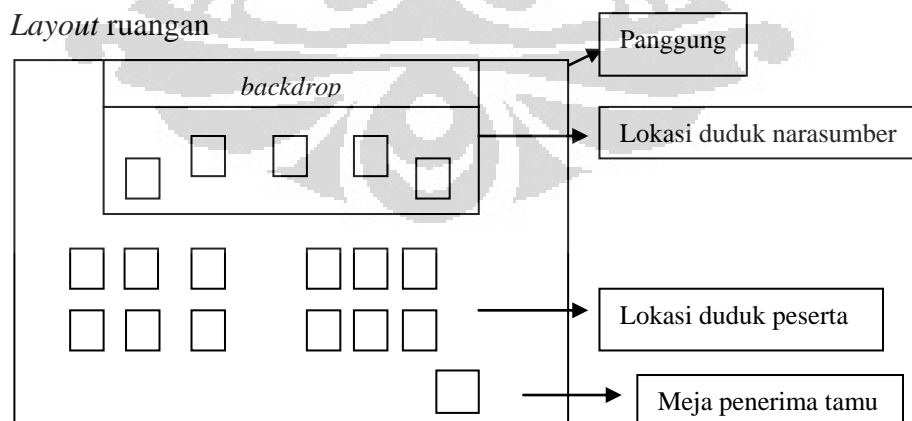
Untuk memberikan informasi dalam bentuk tertulis kepada wartawan, tim panitia siaran pers telah menyiapkan siaran pers terkait kegiatan *workshop* jurnalis ini. Siaran pers berisi intisari kegiatan *workshop* jurnalis dan *backgrounders* mengenai Pertamina Soccer School.

Siaran pers yang dipersiapkan berjumlah 80 lembar. Siaran pers ini akan dibuat dalam tiga versi agar sudut pandang masing-masing siaran pers dapat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media. Tim panitia menggabungkan siaran pers kategori media umum dan BUMN karena kedua karakteristik media tersebut umumnya terdapat kemiripan, yakni melihat Pertamina Soccer School dari perspektif korporat. Materi siaran pers dapat dilihat pada bagian lampiran.

- *Talking Point*

Untuk mengarahkan penyampaian pesan melalui narasumber yang ada, tim panitia membuat materi *talking point* yang ditujukan bagi narasumber, yakni Bapak Ifki Sukarya, I Gusti Kompyang Manila, dan Andik Vermansyah. Selain itu, materi *talking point* juga akan disampaikan kepada Karen Agustiawan selaku Direktur Utama PT Pertamina (Persero) untuk kata sambutan. Materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

- *Layout ruangan*



Gambar 4.8 Denah Ruangan *Workshop* Jurnalis

4.2.3 *Media Luncheon* 1

Kegiatan ini akan dimulai mendekati jam makan siang, yakni pada pukul 11.00. Bentuk jamuan makan berupa prasmanan agar memudahkan rekan-rekan jurnalis dan tim panitia serta siswa-siswa Pertamina Soccer School untuk berbaur dan berbincang-bincang.

Hal-hal yang perlu disiapkan menjelang kegiatan ini :

- Mengonfirmasi kehadiran pihak internal PT Pertamina (Persero) dan siswa-siswa Pertamina Soccer School. (H-7)
- Mengonfirmasi tempat berlangsungnya beserta menu makanan kegiatan ini. (H-7)
- Menyebarkan undangan melalui *email* dan fax (H-7)
- Mengonfirmasi apakah rekan-rekan media sudah menerima undangan untuk kegiatan ini (H-6)
- Mengonfirmasi kehadiran rekan-rekan media sebagai khalayak utama dalam kegiatan ini. (H-1)

- Undangan

Undangan akan dikirimkan melalui email dan fax kepada pemimpin redaksi setiap media yang diundang. Hal ini dimaksudkan agar pemimpin redaksi dapat mengirimkan perwakilannya yang sesuai dengan kegiatan yang bersangkutan.



Jakarta, 4 Februari 2013

Kepada Yth,
M. Budi Santosa
 Pemimpin Redaksi
 Okezone.com

Perihal : Undangan *Media Luncheon*
 Telp/ Fax : 021.3853456 / 021.3853457
 Email : mbudisantosa@okezone.com
 Lampiran : Lembar Konfirmasi

Dengan hormat,

Dalam rangka menjalin silaturahmi dan keakraban dengan tim dan siswa – siswa Pertamina Soccer School, kami bermaksud mengundang Anda untuk menghadiri acara *media luncheon* Pertamina Soccer School, yang akan dilaksanakan pada :

Hari/ Tanggal : Selasa, 11 Februari 2013
 Waktu : 11.00 – hingga selesai
 Tempat : De Luca, Plaza Senayan, Jl. Asia Afrika No. 8, Jakarta
 Acara : 1. Pembukaan
 2. Kata Sambutan
 Project Officer, Winanda Pusponegoro
 3. Jamuan Makan Siang Bersama

Besar harapan kami agar Anda bersedia hadir dalam kegiatan jamuan makan siang ini.

Atas perhatian dan partisipasi Anda, kami ucapkan terima kasih.

Salam hangat,

Winanda Pusponegoro

Project Officer

Gambar 4.9 Materi Undangan *Media Luncheon* 1

- Lembar Konfirmasi Kehadiran

LEMBAR KONFIRMASI

Ya, saya bersedia hadir dalam kegiatan ini.

1. Nama :

Media :

Desk :

No HP :

Alamat email :

2. Nama :

Media :

Desk :

No HP :

Alamat email :

Untuk konfirmasi kehadiran, lembar ini dapat dikirimkan ke pss@pertamina.com atau hubungi Eko Kristiawan – 3457654. Ext 2345

Gambar 4.10 Lembar Konfirmasi Kehadiran *Media Luncheon*

- Susunan acara

Acara media luncheon ini akan dikemas dalam nuansa yang informal serta penuh dengan keakraban sehingga susunan acara dibuat sesederhana mungkin agar tim *media relations* Pertamina Soccer School justru lebih mudah untuk berbaur dengan rekan-rekan media. Acara media luncheon ini akan dibuka oleh MC internal PT Pertamina (Persero), yakni Fella Irawan dan dilanjutkan dengan mendengarkan kata sambutan dari *Project Officer*, Winanda Puspongoro. Setelah itu, acara akan dilanjutkan dengan jamuan makan siang bersama. Dalam momen ini, hal yang perlu diperhatikan adalah agar tim panitia, siswa-siswa dapat saling berbaur dan berbincang dengan wartawan yang hadir.

- *Talking Point*

Untuk memaksimalkan penyampaian isi pesan, tim panitia juga akan menyiapkan materi *talking point* yang akan mempermudah dan mengarahkan Ibu Winanda Puspongoro untuk menyampaikan kata sambutannya. Adapun materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

4.2.4 *Media Visit* “Pertamina Soccer School Goes to Media”

Kegiatan *Media Visit* ini akan diadakan dalam rentang waktu dari bulan Maret – April 2013. Target yang ditentukan adalah mengunjungi empat media. Media yang dikunjungi adalah Tabloid Bola, Media Indonesia, High End Teen, dan Okezone.com. Keempat media tersebut dipilih karena media-media tersebut merupakan media-media besar yang memiliki keterkaitan dengan pemberitaan program Pertamina Soccer School. Kegiatan ini akan diikuti oleh tim pelaksana *Media Visit* dan siswa Pertamina Soccer School.

Hal-hal yang perlu disiapkan, diantaranya:

- Menyampaikan undangan kepada media (H-60).
 - Mengkonfirmasi kepada media terkait undangan yang telah disampaikan. (H-20)
 - Mengkonfirmasi kesediaan media dalam kegiatan ini. (H-17)
 - Mengkonfirmasi kesiapan siswa-siswa Pertamina Soccer School untuk mengikuti kegiatan ini (H-14)
 - Koordinasi dengan perusahaan media yang akan dikunjungi terkait ketersediaan peralatan presentasi dan konsumsi.
 - Menyiapkan kelengkapan dalam kegiatan ini, di antaranya jasa transportasi, dokumentasi, plakat, video presentasi, dan cinderamata.
- Undangan
 Format undangan akan menggunakan format yang sebelumnya dan dikirimkan via email dan fax berikut dengan lembar konfirmasinya.
- Materi video presentasi



Gambar 4.11 Materi *Story Board* Video Presentasi

- Cinderamata

Cinderamata yang akan dibagikan dalam kegiatan *media visit* ini adalah gelas cantik yang telah dikemas dengan kotak. Cinderamata yang dipersiapkan dalam kegiatan ini sebanyak 80 buah dengan estimasi mengunjungi empat media.

- Materi desain gelas cantik PSS



Gambar 4.12 Materi Desain Gelas Cantik PSS

- Plakat

Pada kegiatan ini, tim panitia Media Visit juga menyiapkan sebuah plakat yang akan diberikan kepada masing-masing perusahaan media sebagai tanda kenang-kenangan.

- Susunan acara

Tabel 4.4 Susunan Acara *Media Visit*

No.	Waktu	Durasi (Menit)	Nama Kegiatan	PIC	Keterangan
1	08.00 – 08.10	10	Persiapan	<i>PJ Media Visit</i>	Dibagikan snack saat di perjalanan.
2.	08.10 – 08.25	15	Pembukaan oleh MC, Meidina Rushartami Arimbi	Meidina Rushartami Arimbi	MC membuka acara dan memperkenalkan tim PSS dan siswa-siswa PSS yang hadir
3.	08.25 – 08.40	15	Kata Sambutan tuan rumah		
4.	08.40 – 08.50	10	Video Profil Pertamina Soccer School	<i>PJ Media Visit</i>	Pemutaran video profil PSS
5.	09.35 – 10.05	30	Diskusi	<i>PJ Media Visit</i>	Tanya jawab dan diskusi dengan rekan-rekan media
6.	10.05 – 10.15	10	Yel-yel tim dan siswa-siswa PSS	<i>PJ Media Visit</i>	
7.	10.15 – 10.25	10	Penutupan oleh MC	Meidina Rushartami Arimbi	MC menutup acara.
8.	10.25 – 10.30	5	Pemberiaan plakat secara simbolis	<i>Project Officer</i>	
9.	10.30 – 10.45	15	Pembagian cinderamata oleh siswa PSS kepada rekan-rekan media	<i>PJ Media Visit</i>	
10.	10.45 – 11.00	15	Persiapan perjalanan pulang		
11.	12.00-selesai		Makan siang		

4.2.5 Media Luncheon 2

Kegiatan Media Luncheon 2 ini akan diadakan pada Selasa, 14 Mei 2013. Lokasi yang dipilih sebagai tempat diadakannya kegiatan ini adalah Restoran Thamnak Thai, Menteng Central – 1st Floor, Jl. HOS Cokroaminoto No. 78- 80, Jakarta. Restoran Thamnak Thai, yang menyajikan cita rasa masakan Thailand ini dipilih untuk mendapatkan suasana menu makanan baru dari menu–menu yang sebelumnya. Restoran ini juga tidak asing lagi bagi rekan–rekan wartawan karena tempat ini pernah beberapa kali mengadakan acara serupa.

Hal–hal yang perlu disiapkan menjelang kegiatan ini :

- Mengonfirmasi kehadiran pihak internal PT Pertamina (Persero) dan siswa–siswa Pertamina Soccer School. (H-7)
- Mengonfirmasi tempat berlangsungnya beserta menu makanan kegiatan ini. (H-7)
- Menyebarkan undangan melalui *email* dan fax (H-7)
- Mengonfirmasi apakah rekan–rekan media sudah menerima undangan untuk kegiatan ini (H-6)
- Mengonfirmasi kehadiran rekan–rekan media sebagai khalayak utama dalam kegiatan ini. (H-1)

- Undangan

Format undangan akan menggunakan format yang sebelumnya dan dikirimkan via email dan fax berikut dengan lembar konfirmasinya.

- Susunan acara

Acara media luncheon ini akan dikemas dalam nuansa yang informal serta penuh dengan keakraban sehingga susunan acara dibuat sesederhana mungkin agar tim *media relations* Pertamina Soccer School justru lebih mudah untuk berbaur dengan rekan-rekan media. Acara media luncheon ini akan dibuka oleh MC internal PT Pertamina (Persero), yakni Fella Irawan dan dilanjutkan dengan mendengarkan kata sambutan dari *Project Officer*, Winanda Puspongoro. Setelah itu, acara akan dilanjutkan dengan jamuan makan siang bersama. Dalam momen ini, hal yang perlu diperhatikan adalah agar tim panitia, siswa-siswa dapat saling berbaur dan berbincang dengan wartawan yang hadir.

- *Talking Point*

Untuk memaksimalkan penyampaian isi pesan, tim panitia juga akan menyiapkan materi *talking point* yang akan mempermudah dan mengarahkan Ibu Winanda Puspongoro selaku *project officer* rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School untuk menyampaikan kata sambutannya. Adapun materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

4.2.6 Komunitas Wartawan “*Associated Press Football Fans*”

Dalam rangka menjalin hubungan yang lebih erat dengan rekan-rekan jurnali, tim panitia *Media Relations* Pertamina Soccer School berupaya membentuk komunitas jurnalis. Komunitas ini merupakan gabungan antara tim *Media Relations* Pertamina Soccer School dan rekan-rekan jurnalis yang memiliki kesatuan visi, yakni ingin mendukung Pertamina Soccer School dalam membangkitkan sepak bola Indonesia dari keterpurukan. Misinya yakni melalui pertukaran informasi seputar kondisi dan isu-isu sepak bola tanah air dan internasional. Pertukaran informasi serta masukan-masukan secara terus-menerus tersebut diharapkan dapat membangun Pertamina Soccer School menjadi lebih berkualitas dan membawa dampak signifikan bagi perkembangan dunia sepak bola. Dengan dibentuknya komunitas ini diharapkan adanya pertumbuhan jumlah kehadiran rekan-rekan jurnalis dalam rangkaian kegiatan Pertamina Soccer School berikutnya. Keterikatan non formal yang terjalin di dalam komunitas ini merupakan investasi positif yang sangat berguna bagi program *Media Relations* Pertamina Soccer School periode mendatang.

Saluran komunikasi yang digunakan bagi komunitas ini adalah *mailing list*/ milis. Keanggotaan dalam komunitas ini akan mulai dipromosikan sejak kegiatan Media Luncheon 1, yakni pada bulan Februari 2013. Milis ini resmi dipergunakan per 1 Juni 2013. Alamat milis tersebut adalah associatedpressfootballfans@yahogroups.com pada komunitas ini bersifat tidak mengikat dan non formal. Saluran komunikasi

ini juga akan digunakan oleh tim *Media Relations* Pertamina Soccer School untuk mengirimkan undangan dan informasi rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School berikutnya, mulai dari Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School, Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina, Pertandingan persahabatan dan HUT PSS, dan Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan. Melalui milis ini akan disampaikan informasi terbaru mengenai hasil pertandingan Liga Pertamina dan Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS.

4.2.6.1 Materi konten milis

Tabel 4.5 Materi Konten Milis Associated Press Football Fans

No.	Nama Kegiatan	Waktu	Konten
1.	Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School	11 Juli 2013	Undangan
2.	Konferensi Pers PSS Goes to Liga Pertamina	21 Agustus 2013	Undangan
3.	Pertandingan PSS di Liga Pertamina	1 September 2013	Skor
4.	<i>Media Gathering</i> : Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	14 September 2013	Undangan
5.	Konferensi Pers PSS Goes to Milan	18 November 2013	Undangan

4.2.7 *Media Gathering* “Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School”

Acara Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School ini akan diadakan pada Kamis, 18 Juli 2013. Acara ini diselenggarakan dalam rangka menjalin silaturahmi dan keakraban dalam nuansa bulan puasa. Kegiatan ini dilaksanakan di Restoran TeSaTe, yang terletak di Jalan Sam Ratulangi No. 39 Menteng Jakarta. Acara akan dimulai pada pukul 17.00 karena mendekati waktu berbuka puasa. Acara ini dikemas dalam nuansa non formal dan sajian prasmanan agar memudahkan rekan-rekan jurnalis dan tim serta siswa-siswa PSS untuk berbaur. Selain itu, tempat ini juga memiliki tempat yang memadai untuk melakukan Sholat Magrib se usai berbuka puasa bersama.

Hal-hal yang perlu diperhatikan, di antaranya :

- Menyebarkan undangan kepada rekan–rekan media (H-7).
 - Mengonfirmasi kehadiran pembicara dan siswa–siswa PSS dalam kegiatan ini. (H-7)
 - Mengonfirmasi apakah rekan–rekan media sudah menerima undangan untuk kegiatan ini (H-6)
 - Mengkonfirmasi kehadiran rekan–rekan media sebagai khalayak utama dalam kegiatan ini. (H-1)
 - Mengkonfirmasi jasa *venue* yang mencakup konsumsi, *sound system*, dan dokumentasi.
 - Mengecek kembali segala kelengkapan yang dibutuhkan, termasuk susunan acara, *backdrop*, *goody bag*, perlengkapan sholat (sajadah + sandal jepit), dan cinderamata.
- Undangan
- Format undangan akan menggunakan format yang sebelumnya dan dikirimkan via email dan fax berikut dengan lembar konfirmasinya.
- Materi desain *backdrop*



Gambar 4.13 Materi Desain *Backdrop*

- Cinderamata
- Cinderamata yang akan diberikan dalam kegiatan ini adalah kemeja batik berkualitas tinggi hasil karya UKM Pertamina. Kemeja batik ini juga akan dibalut dengan kotak eksklusif untuk menimbulkan kesan elegan. Alasan dipilihnya kemeja batik sebagai cinderamata dalam

kegiatan ini karena kemeja batik ini dapat dipakai untuk bersilaturahmi kepada sanak saudara selama libur lebaran. Selain itu, pemesanan batik sebagai cinderamata juga akan menumbuhkan dan memberikan keuntungan kepada UKM binaan Pertamina. Cinderamata ini akan disiapkan sebanyak 80 buah.

- Susunan Acara

Tabel 4.6 Susunan Acara Buka Puasa Bersama

No.	Waktu	Durasi (Menit)	Nama Kegiatan	PIC	Keterangan
1.	16.00 – 17.00	60	Persiapan panitia	Tim panitia Buka Puasa	
2.	17.00 – 17.30	30	Registrasi Undangan	Tim panitia Buka Puasa	
3.	17.30 – 17.45	15	Pembukaan oleh MC, Fella Irawan	Fella Irawan	
4.	17.45 – 18.00	15	Kata sambutan : VP. Corcomm PT Pertamina (Persero), Ali Mundakir	VP. Corcomm PT Pertamina (Persero), Ali Mundakir	
5.	18.00 – 19.00	150	Berbuka Puasa Bersama	Tim panitia Buka Puasa	
6.	19.00 – 20.00		Sholat Magrib Bersama	Tim panitia Buka Puasa	
7.	20.00 - selesai		Pembagian cinderamata	Tim panitia Buka Puasa	

- *Talking Point*

Untuk mengarahkan penyampaian isi pesan, tim panitia juga akan menyiapkan materi *talking point* yang akan mempermudah Bapak Ali Mundakir selaku VP. Corcomm. PT Pertamina (Persero) untuk menyampaikan kata sambutannya. Adapun materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

4.2.8 Konferensi Pers “Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina”

Kegiatan konferensi pers Pertamina Soccer School Goes Liga Pertamina ini akan dilaksanakan pada Rabu, 28 Agustus 2013. Waktu ini dipilih sebagai h-7 keikutsertaan siswa-siswa Pertamina Soccer School untuk mengikuti ajang Liga Pertamina. Liga Pertamina adalah ajang pertandingan sepak bola antar sekolah

sepak bola di Indonesia. Acara ini akan dilaksanakan pada pukul 10.30 dan akan diakhiri oleh jamuan makan siang bersama. Lokasi dilangsungkannya acara ini adalah di Restoran Seribu Rasa, Jl. Haji Agus Salim 128, Menteng, Jakarta Pusat. Sesuai alasan yang sebelumnya telah dikemukakan, pemilihan tempat didasari pertimbangan efisiensi waktu dan keterjangkauan tamu undangan dan panitia menuju lokasi.

Hal-hal yang perlu disiapkan dalam kegiatan ini, meliputi:

- Menghubungi pembicara melalui memo internal. (H-21)
 - Menyebarkan undangan kepada rekan-rekan media (H-7).
 - Mengonfirmasi kehadiran pembicara (H-21)
 - Mengonfirmasi kehadiran perwakilan siswa PSS dalam kegiatan ini. (H-14)
 - Mengonfirmasi apakah rekan-rekan media sudah menerima undangan untuk kegiatan ini (H-6)
 - Mengonfirmasi kehadiran rekan-rekan media sebagai khalayak utama dalam kegiatan ini. (H-1)
 - Mengonfirmasi jasa *venue* yang mencakup konsumsi dan *sound system*. (H-7)
 - Mengonfirmasi jasa dokumentasi. (H-7)
 - Mengecek kembali segala kelengkapan yang dibutuhkan, termasuk siaran pers, susunan acara, *backdrop*, *goody bag*, dan cinderamata. (H-7)
- Undangan

Undangan dan lembar konfirmasi menggunakan format yang sama, akan dikirimkan melalui *email* dan fax kepada pemimpin redaksi setiap media yang diundang. Hal ini dimaksudkan agar pemimpin redaksi dapat mengirimkan perwakilannya yang sesuai dengan kegiatan yang bersangkutan.

- Materi desain *Backdrop*

Backdrop digunakan sebagai latar belakang tempat duduk pembicara. *Backdrop* memuat nama acara, tempat, tanggal, serta logo Pertamina Soccer School dan Logo Pertamina. *Backdrop* akan dicetak

dengan ukuran 350 x 250 cm pada materi vinyl sebanyak satu buah. *Backdrop* ini juga akan digunakan saat foto bersama sesuai acara.



Gambar 4.14 *Backdrop* PSS Goes to Liga Pertamina

- *Goody bag*

Goody bag dalam acara ini masih akan menggunakan desain yang sama. *Goody bag* akan dicetak sebanyak tamu undangan, yakni 80 buah. *Goody bag* ini digunakan untuk meletakkan siaran pers, susunan acara, dan cinderamata, yang akan diberikan kepada seluruh tamu undangan yang hadir.

- Materi desain cinderamata

Cinderamata yang akan dibagikan dalam kegiatan konferensi pers ini adalah notes Pertamina Soccer School yang akan disiapkan sebanyak 80 buah. Notes ini akan dicetak pada ukuran kertas A5 dengan menggunakan bahan art carton 230 untuk cover dan bahan hvs untuk isi.

- Materi notes PSS



Gambar 4.15 Materi Desain Notes PSS

- Susunan Acara

Tabel 4.7 Susunan Acara Konferensi Pers PSS Goes to Liga Pertamina

No.	Waktu	Durasi (Menit)	Nama Kegiatan	PIC	Keterangan
1.	09.00 – 10.00	60	Persiapan panitia	Tim panitia Konferensi Pers	Panitia melakukan persiapan (peletakkan <i>backdrop</i> , daftar hadir, cinderamata, dll.)
2.	10.00 – 10.30	30	Registrasi Undangan	Tim panitia Konferensi Pers	
3.	10.30 – 10.40	10	Pembukaan oleh MC	MC Internal Pertamina, Meidina Rushartami Arimbi	
3.	10.40 – 10.50	10	Kata sambutan : Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	
4.	10.50 – 11.20	30	Penjelasan garis besar program oleh VP. Corcomm, Ali Mundakir	VP. Corcomm, Ali Mundakir	
5.	11.20 – 11.40	20	Pernyataan kesiapan perwakilan siswa PSS mengikuti ajang Liga Pertamina	Perwakilan siswa PSS	
6.	11.40 – 12.00	20	Q & A		

- Siaran Pers

Untuk memberikan informasi dalam bentuk tertulis kepada rekan-rekan media, tim panitia siaran pers telah menyiapkan siaran pers terkait kegiatan Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina ini. Siaran pers berisi inti sari kegiatan *workshop* jurnalis dan *backgrounders* mengenai Pertamina Soccer School.

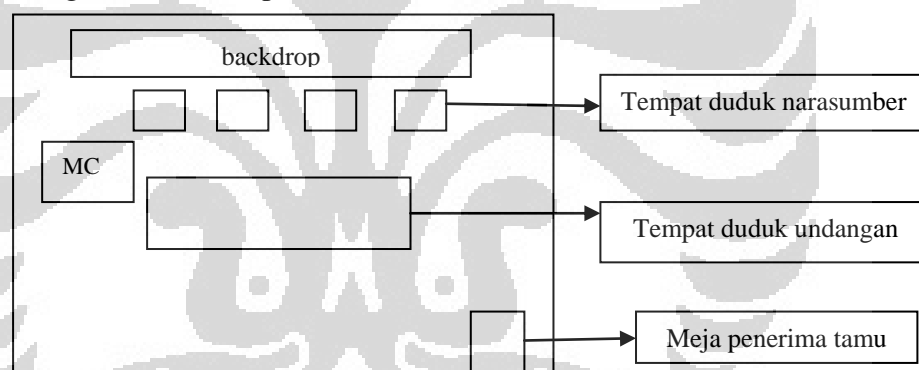
Siaran pers yang dipersiapkan berjumlah 80 lembar. Siaran pers ini akan dibuat dalam tiga versi agar sudut pandang masing-masing siaran pers dapat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media. Tim panitia menggabungkan siaran pers kategori media umum dan BUMN karena kedua karakteristik media tersebut umumnya terdapat kemiripan,

yakni melihat Pertamina Soccer School dari perspektif korporat. Materi siaran pers dapat dilihat pada bagian lampiran.

- *Talking Point*

Untuk mengarahkan penyampaian pesan melalui para pembicara yang ada, tim panitia membuat materi *talking point* yang ditujukan bagi narasumber, yakni Ibu Karen Agustiawan selaku Direktur Utama PT Pertamina (Persero) untuk kata sambutan, penjelasan garis besar program oleh Bapak Ali Mundakir selaku *Vice President Corporate Communication*, dan Elang Anindhita selaku perwakilan siswa Pertamina Soccer School. Adapun materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

- *Layout ruangan konferensi pers*



Gambar 4.16 Materi Desain Layout Ruang Konferensi Pers

4.2.9 Media Gathering: Pertandingan Persahabatan dan HUT Pertamina Soccer School.

Kegiatan ini sebenarnya merupakan puncak acara dari serangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School yang akan diselenggarakan bertepatan dengan HUT Pertamina Soccer School pada bulan September 2012. Kegiatan bertajuk “Me Vs. The Media” ini berisi pertandingan futsal antara siswa-siswa Pertamina Soccer School dengan rekan-rekan media. Kegiatan ini akan dilaksanakan pada 21 September 2013. Lokasi dilaksanakannya kegiatan ini bertempat di GOR Sumantri Brojonegoro, Jalan H. R. Rasuna Said, Jakarta

Selatan, 12710. Alasan pemilihan lokasi sama halnya dengan yang telah dikemukakan sebelumnya karena alasan kemudahan keterjangkauan. Acara ini akan dimulai pada pukul 09.00 hingga selesai. Pagi hari merupakan waktu yang tepat dan penuh semangat untuk melakukan kegiatan olahraga.

Acara akan diawali oleh pertandingan futsal persahabatan antara rekan-rekan media dan siswa Pertamina Soccer School. Tim media dan tim Pertamina Soccer School masing-masing akan diwakili oleh 15 orang yang akan bermain secara bergantian. Setelah dilaksanakannya pertandingan futsal persahabatan, kegiatan dilanjutkan dengan mengadakan seremonial peringatan HUT Pertamina Soccer School ke-1 dengan pemotongan tumpeng oleh Direktur Utama PT Pertamina (Persero) dan perwakilan siswa Pertamina Soccer School. Acara ini akan dipandu oleh Fenita Arie sebagai salah satu presenter sepak bola yang sudah tidak asing lagi dan dimeriahkan oleh band Netral yang populer dengan lagunya Garuda di Dadaku.

- Materi desain undangan Media

Undangan Media akan dicetak sebanyak 63 buah sesuai dengan tabel daftar media yang diundang. Undangan ini akan dicetak pada kertas art paper bahan jasmine white berukuran A5. Undangan kepada rekan-rekan media ini akan dikirimkan kepada pemimpin redaksi masing-masing media melalui pos dan *e-mail*.

- Materi desain undangan media



Gambar 4.17 Materi Desain Undangan Media

- Materi desain *cue card* MC

Cue Card ini akan dicetak pada kertas berbahan jasmine white dengan ukuran 15x10 cm sebanyak satu buah.



Gambar 4.18 Materi Cue Card Mc

- Materi desain kaos panitia

Kaos panitia akan dicetak dalam ukuran X, M, L, dan XL. Kaos panitia akan digunakan oleh seluruh panitia yang bertugas pada hari H pelaksanaan kegiatan ini. Jumlah kaos panitia yang disiapkan adalah sejumlah seluruh panitia *Media Relations* Pertamina Soccer School, yakni sebanyak 40 orang.

- Tampak depan (kiri) dan tampak belakang (kanan)



Gambar 4.19 Materi Desain Kaos Panitia Tampak Depan dan Belakang

- Materi desain rompi peserta

Rompi ini akan disiapkan sejumlah 5 buah dan akan digunakan rekan-rekan jurnalis saat melakukan pertandingan persahabatan. Tujuan adanya rompi peserta ini adalah untuk memudahkan mengenali tim dalam pertandingan sepak bola yang diadakan.

- Tampak depan (kiri) dan tampak belakang (kanan)



Gambar 4.20 Materi Desain Rompi Peserta Tampak Depan dan Belakang

- Materi desain spanduk

Spanduk ini akan dicetak dengan ukuran 3 x 1 meter sebanyak tiga buah. Spanduk ini akan diletakkan sebanyak satu buah di pintu masuk GOR Sumantri Brojonegoro dengan tujuan agar para tamu undangan dapat

dengan mudah mengenali lokasi dilaksanakannya acara ini dan sisanya berada di dalam arena dengan tujuan agar menarik perhatian saat pengambilan gambar.



Gambar 4.21 Materi Desain spanduk

- Materi desain papan hadiah

Papan hadiah ini akan dicetak di atas kertas art paper glossy dengan ukuran 50 x 30 cm dan akan ditempelkan ke Styrofoam. Masing-masing papan hadiah dicetak sebanyak satu kali. Papan hadiah ini akan digunakan sebagai simbolisasi penyerahan hadiah sehingga mudah mengenali juara saat pengambilan foto.

- Juara 1



Gambar 4.22 Materi Desain Papan Hadiah Juara 1

- Juara 2



Gambar 4.23 Materi Desain Papan Hadiah Juara 1

- Pemenang kategori



Gambar 4.24 Materi Desain Papan Hadiah Pemenang Kategori “*Man of the Match*”

- Susunan acara

Tabel 4.9 Susunan Acara Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS

No.	Waktu	Durasi (Menit)	Nama Kegiatan	PIC	Keterangan
1.	07.00 – 08.00	60	Persiapan	PJ Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	
2.	08.00 – 09.00	60	Registrasi		Pembagian snack
3.	09.00 – 09.15	15	Pertandingan Persahabatan Me Vs the Media Babak 1	PJ Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	
4.	09.15 – 09.20	5	Istirahat		
5.	09.20 – 09.35	15	Pertandingan Persahabatan Me Vs the Media Babak 1	PJ Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	
6	09.35 – 09.55	25	Persiapan seremonial HUT PSS	PJ Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	
7.	09.55 – 10.05	10	Pembukaan oleh MC Fenita Arie	MC Fenita Arie	
7	10.05 – 10.20	15	Kata Sambutan oleh Karen Agustiawan, Direktur Utama PT Pertamina (Persero)	Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	

8.	10.20 – 10.50	30	Pemotongan tumpeng oleh perwakilan siswa PSS dan Direktur Utama PT Pertamina (Persero)	Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan dan Perwakilan siswa PSS	Band Netral memainkan lagu Happy Birthday
9.	10.50 – 11.50	60	Jamuan Makan Siang	PJ Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	Selama jamuan makan siang, akan diisi oleh band
10.	10.55 – 11.25	30	Pengumuman juara dan pemberian hadiah simbolisasi oleh Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	PJ Pertandingan Persahabatan dan HUT PSS	Menyerahkan simbolisasi hadiah berupa papan hadiah
11.	11.25 – 11.35	10	Penutupan oleh MC	MC Fenita Arie	
12.	11.35 – selesai		Band Netral membawakan lagu “Garuda di Dadaku”	Band Netral	

- **Siaran pers**

Untuk memberikan informasi dalam bentuk tertulis kepada rekan-rekan media, tim panitia siaran pers telah menyiapkan siaran pers terkait kegiatan *workshop* jurnalis ini. Siaran pers berisi inti sari kegiatan *workshop* jurnalis dan *backgrounders* mengenai Pertamina Soccer School.

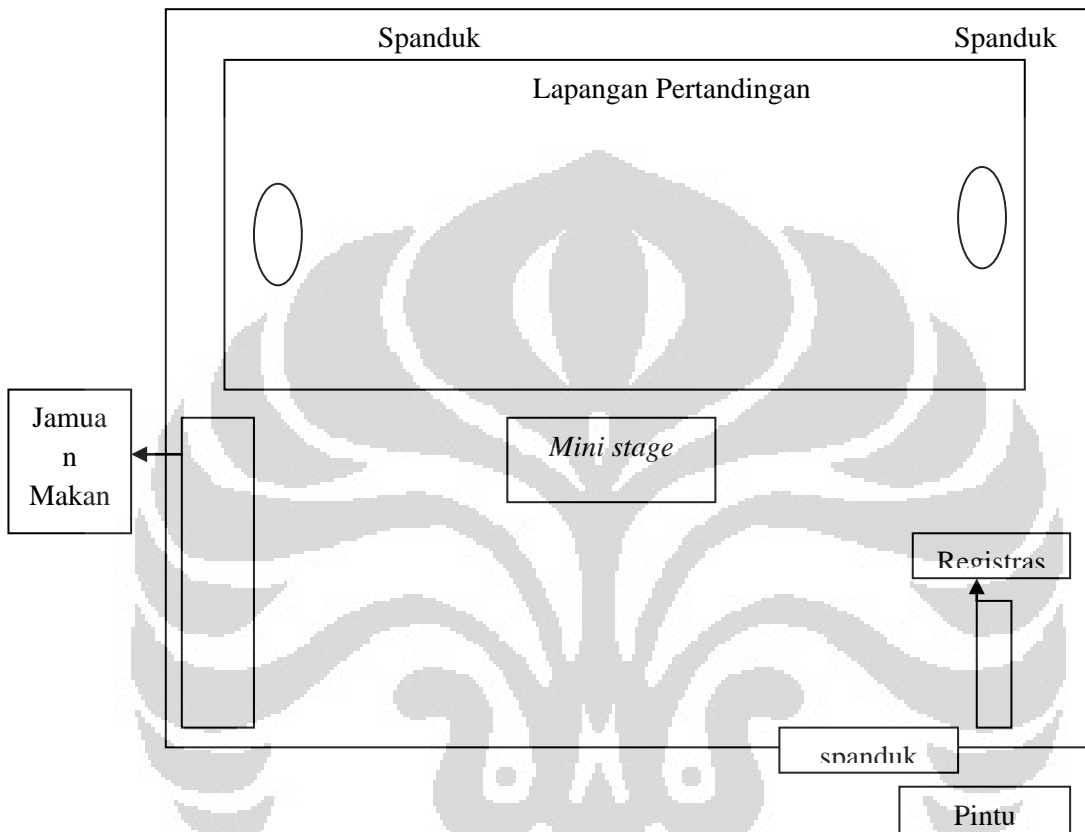
Siaran pers yang dipersiapkan berjumlah 80 lembar. Siaran pers ini akan dibuat dalam tiga versi agar sudut pandang masing-masing siaran pers dapat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media. Tim panitia menggabungkan siaran pers kategori media umum dan BUMN karena kedua karakteristik media tersebut umumnya terdapat kemiripan, yakni melihat Pertamina Soccer School dari perspektif korporat. Materi siaran pers dapat dilihat pada bagian lampiran.

- **Talking Point**

Untuk mengarahkan penyampaian pesan pada kata sambutan Direktur Utama PT Pertamina (Persero) dalam kegiatan ini, tim panitia

membuat materi *talking point*. Materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

- *Layout* ruangan pertandingan persahabatan dan HUT PSS



Gambar 4.25 Materi Layout Ruang pertandingan Persahabatan dan HUT PSS

4.2.10 Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan

Kegiatan konferensi pers Pertamina Soccer School Goes to Milan ini akan dilaksanakan pada Senin, 17 Desember 2012. Waktu ini dipilih sebagai h-3 keberangkatan beberapa siswa Pertamina Soccer School untuk mengikuti ajang AC Milan Junior Championship di Milan, Italia. Acara ini akan dilaksanakan pada pukul 10.30 dan akan diakhiri oleh jamuan makan siang bersama. Lokasi dilangsungkannya acara ini adalah di The Only One Club FX, Lantai F5 Unit 04. Jl. Jend. Sudirman Pintu Satu Senayan, Tanah Abang, Jakarta Pusat. Sesuai alasan yang sebelumnya telah dikemukakan, pemilihan tempat didasari

pertimbangan efisiensi waktu dan keterjangkauan tamu undangan dan panitia menuju lokasi.

Hal-hal yang perlu disiapkan dalam kegiatan ini, meliputi:

- Menghubungi pembicara melalui memo internal. (H-21)
- Menyebarkan undangan kepada rekan-rekan media (H-7).
- Mengonfirmasi kehadiran pembicara (H-21)
- Mengonfirmasi kehadiran perwakilan siswa PSS dalam kegiatan ini. (H-14)
- Mengonfirmasi apakah rekan-rekan media sudah menerima undangan untuk kegiatan ini (H-6)
- Mengonfirmasi kehadiran rekan-rekan media sebagai khalayak utama dalam kegiatan ini. (H-1)
- Mengonfirmasi jasa *venue* yang mencakup konsumsi dan *sound system*. (H-7)
- Mengonfirmasi jasa dokumentasi. (H-7)
- Mengecek kembali segala kelengkapan yang dibutuhkan, termasuk siaran pers, susunan acara, *backdrop*, *goody bag*, dan cinderamata. (H-7)

- Undangan

Undangan dan lembar konfirmasi masih menggunakan format yang sebelumnya, akan dikirimkan melalui *email* dan *fax* kepada pemimpin redaksi setiap media yang diundang. Hal ini dimaksudkan agar pemimpin redaksi dapat mengirimkan perwakilannya yang sesuai dengan kegiatan yang bersangkutan.

- Materi desain *Backdrop*

Backdrop digunakan sebagai latar belakang tempat duduk pembicara. *Backdrop* memuat nama acara, tempat, tanggal, serta logo Pertamina Soccer School dan Logo Pertamina. *Backdrop* akan dicetak dengan ukuran 350 x 250 cm pada materi vinyl sebanyak satu buah.



Gambar 4.26 Materi Desain *Backdrop* Konferensi Pers PSS Goes to Milan

- *Goody bag*

Goody bag yang akan digunakan untuk meletakkan siaran pers dan cinderamata akan menggunakan desain yang sama dengan yang sebelumnya. *Goody bag* yang akan disiapkan untuk acara ini berjumlah 80 buah. Jumlah yang melebihi undangan ini dimaksudkan untukantisipasi jika ada media resmi yang datang namun belum terdaftar di *list* undangan.

- Cinderamata

Cinderamata yang akan dibagikan dalam kegiatan konferensi pers ini adalah Kaos dengan logo Pertamina Soccer School. Jumlah cinderamata yang disiapkan adalah sebanyak 80 buah. Jumlah yang melebihi undangan ini dimaksudkan untukantisipasi jika ada media resmi yang datang namun belum terdaftar di *list* undangan.

- Materi desain Kaos PSS



Gambar 4.27 Materi Desain Kaos Pertamina Soccer School

- Susunan Acara

Tabel 4.9 Susunan Acara Konferensi Pers PSS Goes to Milan

No.	Waktu	Durasi (Menit)	Nama Kegiatan	PIC	Keterangan
1.	09.00 – 10.00	60	Persiapan panitia	Tim panitia Konferensi Pers	Panitia melakukan persiapan (peletakkan <i>backdrop</i> , daftar hadir, cinderamata, dll.)
2.	10.00 – 10.30	30	Registrasi Undangan	Tim panitia Konferensi Pers	
3.	10.30 – 10.40	10	Pembukaan oleh MC	MC Internal Pertamina, Meidina Rushartami Arimbi	
3.	10.40 – 10.50	10	Kata sambutan : Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Karen Agustiawan	
4.	10.50 – 11.20	30	Penjelasan garis besar program oleh VP. <i>Corcomm</i> , Ali Mundakir	VP. <i>Corcomm</i> , Ali Mundakir	
5.	11.20 – 11.40	20	Pernyataan kesiapan perwakilan siswa PSS mengikuti ajang AC Milan Junior Champ. 2012, Ilham Bagas	Ilham Bagas, Perwakilan siswa PSS	
6.	11.40 – 12.00	20	Q & A		

- Siaran Pers

Untuk memberikan informasi dalam bentuk tertulis kepada rekan-rekan media, tim panitia siaran pers telah menyiapkan siaran pers terkait kegiatan Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan ini. Siaran pers berisi inti sari kegiatan *workshop* jurnalis dan *backgrounders* mengenai Pertamina Soccer School.

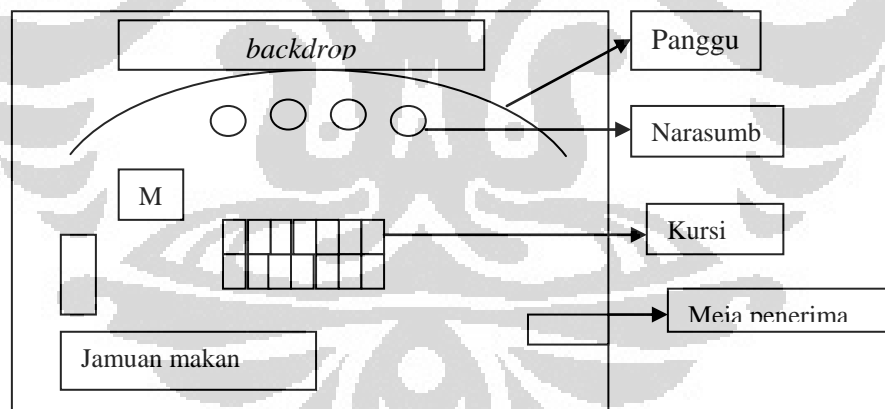
Siaran pers yang dipersiapkan berjumlah 80 lembar. Siaran pers ini akan dibuat dalam tiga versi agar sudut pandang masing-masing siaran pers dapat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media. Tim

panitia menggabungkan siaran pers kategori media umum dan BUMN karena kedua karakteristik media tersebut umumnya terdapat kemiripan, yakni melihat Pertamina Soccer School dari perspektif korporat. Materi siaran pers dapat dilihat pada bagian lampiran.

- *Talking Point*

Untuk mengarahkan penyampaian pesan melalui para pembicara yang ada, tim panitia membuat materi *talking point* yang ditujukan bagi narasumber, yakni Ibu Karen Agustawati selaku Direktur Utama PT Pertamina (Persero) untuk kata sambutan, penjelasan garis besar program oleh Bapak Ali Mundakir selaku *Vice President Corporate Communication*, dan Ilham Bagas selaku perwakilan siswa Pertamina Soccer School. Adapun materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

- *Layout ruangan*



Gambar 4.28 Materi Desain Layout Ruang Konferensi Pers PSS Goes to Milan

4.2.11 Materi Publikasi *Exclusive Interview*

Media yang diundang dalam untuk melakukan wawancara eksklusif ini adalah harian Republika. Harian Republika dipilih dari sekian banyak media yang telah memberitakan mengenai kegiatan Pertamina Soccer School sebagai bentuk apresiasi atas tulisan kegiatan Pertamina Soccer School di media ini. Berdasarkan hasil *media content analysis* yang dilaksanakan, pemberitaan paling unik berasal

dari harian Republika yang mengulas kegiatan Pertamina Soccer School dari sisi yang berbeda dengan ulasan dari media lainnya. Oleh karena itu, harian Republika memperoleh kesempatan khusus untuk mewawancarai Direktur Utama PT Pertamina (Persero) dan perwakilan siswa Pertamina Soccer School.

Mengingat waktu berlangsungnya kegiatan pada pagi hari, maka rekan media yang diundang hadir akan disuguhi dengan *coffee break* dan sajian ringan.

Hal-hal yang perlu disiapkan :

- Menyampaikan undangan H-30 kepada media yang diundang
- Mengkonfirmasi apakah undangan sudah diterima. H-29
- Menghubungi jasa *catering* perusahaan. H-21
- Mengkonfirmasi kehadiran rekan media yang diundang H-14 dan H-1
- Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan, seperti konsumsi dan ketersediaan ruangan.

- Undangan

Format undangan dan lembar konfirmasi mengikuti yang sebelumnya.

- *Talking Point*

Untuk mengarahkan penyampaian pesan melalui perbincangan antara Direktur Utama, perwakilan siswa Pertamina Soccer School, dan rekan jurnalis yang hadir, tim panitia membuat materi *talking point* yang ditujukan bagi narasumber, yakni Ibu Karen Agustiawan selaku Direktur Utama PT Pertamina (Persero) dan Julius. Adapun materi *talking point* dapat dilihat pada bagian lampiran.

4.3 Pasca Kegiatan

4.3.1 Ucapan terima kasih

Setiap selesainya suatu kegiatan, PJ pelaksana masing-masing seksi mengirimkan ucapan terima kasih atas kehadiran rekan-rekan jurnalis. Ucapan ini akan dikirimkan H+1 setiap kegiatan selesai dilaksanakan. Alasan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk mengapresiasi kehadiran rekan-rekan jurnalis untuk

menimbulkan impresi yang baik terhadap tim *Media Relations* Pertamina Soccer School

4.3.2 Rapat Evaluasi dan *Media Monitoring*

Setiap selesainya suatu kegiatan dalam rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School ini, panitia secara kontinu akan melakukan kegiatan berikut sebagai bentuk pengukuran terhadap keefektifan dari program yang dijalankan. Kegiatan tersebut adalah Rapat Evaluasi dan *Media Monitoring*.

- Rapat Evaluasi

Dilaksanakan H+1 setiap acara selesai dilaksanakan. Dimulai dari bulan Oktober 2012 hingga September 2013.

- *Media Monitoring*

Dilakukan dengan dua metode. Pertama, dilakukan rutin setiap bulan. Kedua, pemberitaan dikumpulkan per kegiatan yang dilangsungkan. *Media Monitoring* rutin diadakan dari bulan Oktober 2012 – September 2013. Kegiatan *Media Monitoring* rutin tidak akan berhenti dilakukan hingga program Pertamina Soccer School berakhir.

4.3.3 *Activity Report*

Setelah berakhirnya seluruh rangkaian kegiatan *Media Relations* Pertamina Soccer School selama satu tahun, masing–masing penanggung jawab per seksi akan mengumpulkan *activity report*. *Project Officer* dari kegiatan ini akan bertugas untuk memeriksa kembali dan mengkompilasiannya sehingga menjadi arsip untuk kegiatan–kegiatan berikutnya. Pengumpulan *activity report* kepada *project officer* maksimal selesai pada pertengahan Oktober 2013. *Activity report* keseluruhan selesai pada akhir Oktoberr 2013.

BAB V EVALUASI

V.I Evaluasi Tahap *Input*

Tabel 5.1 Evaluasi Tahap *Input*

No	Nama Kegiatan	Indikator Keberhasilan	Metode Evaluasi
1.	Pertamina Soccer School on New Media	1. Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. 2. Efektivitas penggunaan media ini oleh wartawan	Feedback Form* *dapat dilihat pada bagian lampiran
2.	Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama PSS”	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback Form
3.	Media Luncheon 1	Terlaksananya program ini sesuai dengan dan waktu yang ditentukan.	Feedback form
4.	Media Visit	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback form
5.	Media Gathering : Media Luncheon 2	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback form
6.	Komunitas Wartawan “Associated Press Football Fans”	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback form
7.	Media Gathering : Buka Puasa Bersama PSS	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback form
8.	Konferensi Pers “PSS Goes to Liga Pertamina”	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback form
9.	Media Gathering :Pertandingan Persahabatan Me Vs. The Media + HUT PSS	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback form
10.	Konferensi Pers “PSS Goes to Milan”	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan..	Feedback form
11.	Exclusive Interview	Terlaksananya program ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.	Feedback form

V.2 Evaluasi Tahap *Output*

Tabel 5.2 Evaluasi Tahap *Output*

No	Nama Kegiatan	Indikator Keberhasilan	Metode Evaluasi
----	---------------	------------------------	-----------------

1.	Pertamina Soccer School on New Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah pengunjung website. 2. Respon pengguna situs jejaring sosial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah pengunjung <i>website</i> 2. <i>Social Media Monitoring</i>
2.	Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama PSS”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah kehadiran peserta 2. Jumlah pemberitaan kegiatan ini. 3. Permintaan media akan informasi PSS kepada tim <i>Media Relations</i> PSS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar hadir 2. <i>Media Monitoring</i> 3. <i>Media Content Analysis</i>.
3.	Media Luncheon 1	Jumlah kehadiran peserta	Daftar hadir
4.	Media Visit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kunjungan minimal ke empat media. 2. Jumlah rekan-rekan media yang ikut bergabung dalam komunitas. 3. Jumlah permintaan informasi PSS kepada tim <i>Media Relations</i> PSS. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah kunjungan 2. Wartawan yang ikut dalam komunitas 3. Permintaan informasi PSS kepada tim <i>Media Relations</i> PSS.
5.	Media Gathering : Media Luncheon 2	Kehadiran peserta mengalami peningkatan dari <i>Media Luncheon</i> 1.	Menghitung Daftar Hadir
6.	Komunitas Wartawan “Associated Press Football Fans”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah peserta komunitas. 2. <i>Input</i> rekan-rekan media 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar hadir 2. Jumlah Informasi yang disebarkan melalui milis sebagai saluran komunikasi.
7.	Media Gathering : Buka Puasa Bersama PSS	Kehadiran peserta	Daftar hadir
8.	Konferensi Pers “PSS Goes to Liga Pertamina”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah kehadiran peserta 2. Jumlah pemberitaan. 3. Kualitas pemberitaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar hadir 2. <i>Media Monitoring</i> 3. <i>Media Content Analysis</i>

9.	Media Gathering :Pertandingan Persahabatan Me Vs. The Media + HUT PSS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keikutsertaan rekan–rekan wartawan minimal 15 orang. 2. Peliputan tentang kegiatan HUT PSS. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar hadir 2. <i>Media Monitoring</i> 3. <i>Media Content Analysis</i>
10.	Konferensi Pers “PSS Goes to Milan”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah kehadiran peserta 2. Jumlah pemberitaan. 3. Kualitas pemberitaan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar hadir 2. <i>Media Monitoring</i> 3. <i>Media Content Analysis.</i>
11.	Exclusive Interview	Kualitas pemberitaan.	<i>Media Content Analysis</i>
12.	Materi press release dan talking point dengan pemberitaan yang dimuat.	Kesesuaian antara materi <i>press release</i> dan <i>talking point</i> dengan pemberitaan yang dimuat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Media Monitoring</i> 2. <i>Media Content Analysis</i>

V.5 Evaluasi Tahap *Outcome*

Tabel 5.3 Evaluasi Tahap *Outcome*

No	Nama Kegiatan	Indikator Keberhasilan	Metode Evaluasi
1.	Opini media terhadap Pertamina Soccer School	Terciptanya citra dan reputasi positif mengenai Pertamina sebagai penyelenggara program Pertamina Soccer School.	Survei* *dapat dilihat pada bagian lampiran
2.	Meningkatkan pengetahuan jurnalis akan program Pertamina Soccer School	Meningkatnya pengetahuan jurnalis akan program Pertamina Soccer School	Survei
3.	Meningkatkan permintaan wartawan akan informasi mengenai Pertamina Soccer School.	Meningkatkan permintaan wartawan akan informasi Pertamina Soccer School minimal dua media dalam satu bulan	Menghitung permintaan media akan informasi Pertamina Soccer School dalam satu bulan

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ambadar, Jackie. (2005). *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta : Surindo.
- Breakenridge, Deidre & Thomas J DeLoughry. (2003). *The New PR Toolkit; Strategies for Successful Media Relations*. United States of America : Prentice-Hall, inc.
- Doug Newsom, Judy Van Slyke Turk, & Dean Kruckeberg. (2001). *This is PR: The Realities of Public Relations*. Belmont, CA : Wadsworth.
- Falk, Louis K. (2000). *Creating a Winning Website*. The Public Relations Strategiest.
- Gozali, Dodi M. (2005). *Communication Measurement*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005
- Jefkins, Frank. (1996). *Public Relations*. Haris Munandar. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyanto, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing*, Jakarta : Prenada Media Group.
- M. Broom, Glenn dan David M. Dozier. 2003. *Using Research in Public Relations*. United States of America : Prentice-Hall, inc.
- Moore, Frazier. (2005). *Public Relations : Principles, Case, and Problem*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pavlik, John V. (2001). *Journalism and New Media*. United States of America: Columbia University Press.
- Rakhmat, Jalaludin, (2001) *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Roeslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Roeslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

ARTIKEL JURNAL

Taylor, Maureen dan Danielle C. Perry. (2004). *Diffusion of Traditional and New Media Tactis in Crisis Communication. Journal of Communication*.

KARYA LENGKAP PUBLIKASI ELEKTRONIK

Danone Nations Cup, official website. Juli 29, 2012. www.danonenationscup.com

Djarum, official website. Juli 29, 2012. www.djarum.com

Indopacific Edelman. official website. September 15, 2012.

www.indopacificedelman.com

PT Pertamina (Persero), official website. Juli 29, 2012. www.pertamina.com

BCG Report: Digital Consumer in Brazil, Rusia, Indonesia, India, Cina. Oktober 12, 2012. <http://www.bcg.com/documents/file58645.pdf>

Bukti, Samuel. (2009). Handojo: PT Djarum tak Terpisahkan dari Sepakbola Nasional. Oktober 29, 2009. <http://www.supersoccer.co.id/berita/handojo-pt-djarum-tak-terpisahkan-dari-sepakbola-nasional/>

Diresmikan, Pertamina Soccer School, 17 sept 2012

<http://90menit.co/berita/2012/09/diresmikan-pertamina-soccer-school/>

Just Good Business: The Strategic Guide to Aligning Corporate Responsibility and Brand <http://my.safaribooksonline.com/book/general-business/9781576758991/part-i-corporate-social-responsibility-just-good-business/14#X2ludGVybmFsX0ZsYXNoUmVhZGVyP3htbGlkPTk3ODE1NzY3NTg5OTEvdmlp> diakses 8 September 2012 pukul 21.09

Kampanye untuk Indonesia Sehat. 13 Agustus 2013.

<http://www.greenradio.fm/news/latest/8144-kampanye-untuk-indonesia-sehat>

Kampung World Cup SCTV. Mei 1, 2006

<http://bola.liputan6.com/read/229870/kampung-world-cup-sctv>

Nielsen Newsletter. Edition 19. July, 9 ,2012

http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter_Jul_2011-eng.pdf

Pertamina Bangun SSB, 15 sept 2012

<http://www.lensaindonesia.com/2012/09/15/pertamina-bangun-ssb.html>

Pertamina Dirikan Sekolah Sepak Bola, 15 sept 2012

<http://www.metrotvnews.com/read/news/2012/09/15/106198/Pertamina-Dirikan-Sekolah-Sepak-Bola/14>

Pertamina Luncurkan Soccer School, 15 sept 2012

<http://www.seruu.com/sepakbola/liga-nasional/artikel/pertamina-luncurkan-soccer-school>

Peluncuran Pertamina Soccer School, 4 okt 2012

http://ototv.otomotifnet.com/video/869/Peluncuran_Pertamina_Soccer_School

Pertamina Rambah Sekolah Sepak Bola, 17 sept 2012

<http://www.otosia.com/berita/pertamina-rambah-sekolah-sepak-bola.html>

Pertamina Soccer School bina para bakat muda , 17 sept 2012

<http://www.antaranews.com/berita/333522/pertamina-soccer-school-bina-para-bakat-muda>

Pertamina Soccer School Diluncurkan, 15 sept 2012

Universitas Indonesia

<http://bolanews.com/liga/...pertandinganpertandinganpertandinganpertandingan/re-ad/15394-Pertamina-Soccer-School-Diluncurkan.html>

Pertamina Soccer School Gandeng AC Milan, 16 sept 2012

<http://ridersdrivers.com/berita-837-pertamina-soccer-school-gandeng-ac-milan.html>

Pertamina Soccer School Resmi Berdiri , 15 sept 2012

<http://www.duniasoccer.com/Duniasoccer/Indonesia/Kompetisi-Indonesia-Lain/News/Pertamina-Soccer-School-Resmi-Berdiri>

Social Media Strategy for PR and Communications.

<http://www.radian6.com/resources/library/social-media-strategy-for-pr-and-communications/>

Survei Penggunaan Konten di Media Sosial/ Jejaring Sosial untuk Informasi Peliputan dan Penulisan Berita oleh Jurnalis. Februari 17, 2012.

http://www.dewanpers.or.id/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=926:survei-penggunaan-konten-di-media-sosial-oleh-jurnalis&catid=41:berita&Itemid=130.

Sustainable Enterprise quarterly Vol 4Number. September, 2007

http://specials.kenan-flagler.unc.edu/kicse/ORIG%20Shared%20Documents/Sustainable_Enterprise_Quarterly_Vol4No1_Fall_2007.pdf

Undangan Aqua Danone Nations Cup 2012 di Bandung. Desember 2, 2012

<http://groups.yahoo.com/group/wartawan/message/9772>

30 ideas for your 2012 social media plan.

http://www.radian6.com/wp-content/uploads/2012/03/ebook_2012SocialPlan_SalesforceRadian6.pdf

Lampiran 1

Materi Talking Point Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”

TALKING POINT

WORKSHOP JURNALIS “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School”

Jakarta, 22 Januari 2013

- Materi talking point Direktur Utama
 1. Di tengah keterpurukan kondisi sepak bola Indonesia, Pertamina sebagai satu-satunya BUMN berkomitmen tinggi dalam mencetak generasi berkualitas di bidang sepak bola mengambil inisiatif sosial melalui pendirian Pertamina Soccer School yang didirikan sejak September 2012 lalu.
 2. Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang diharapkan mampu membawa perubahan yang berarti dengan lahirnya generasi-generasi baru di bidang sepak bola yang siap menghadapi tantangan.
 3. Kegiatan workshop jurnalis dengan tema “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School ini” ini bertujuan memperkenalkan peranan Pertamina Soccer School bagi kemajuan sepak bola tanah air kepada rekan-rekan jurnalis, sebagai rekan sekerja Pertamina dalam menyukseskan program ini.
 4. Kegiatan ini dihadiri oleh dua narasumber terkenal di dunia sepak bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila dan Andik Vermansyah untuk memaparkan peranan lahirnya Pertamina berdasarkan pengalaman mereka di kancah sepak bola tanah air.

SESI 1

“Memperkenalkan Pertamina Soccer School Lebih Dekat”

- Ifki Sukarya, Manajer CSR PT Pertamina (Persero)
 1. Di tengah carut marut kondisi sepak bola Indonesia saat ini, Pertamina berinisiatif mendirikan sekolah sepak bola guna mencetak bibit-bibit berkualitas dalam bidang sepak bola.
 2. Pertamina Soccer School adalah sebuah sekolah sepak bola berkualitas yang didirikan untuk memberi kesempatan bagi mereka yang memiliki keahlian di bidang sepak bola, namun tidak memiliki cukup dana untuk masuk ke sekolah-sekolah sepak bola yang tersedia. Selain pelatihan sepak bola, mereka juga diberikan pembekalan akademis.
 3. Berbeda dengan sekolah bola lainnya, beasiswa ini diberikan kepada siswa-siswa berusia 14–15 tahun. Usia ini merupakan usia yang tepat karena setelah tiga tahun masa pendidikan diharapkan mereka dapat langsung masuk ke klub-klub sepak bola dan dapat bertanding di kancah internasional.
 4. Visi Pertamina Soccer School: “Mencetak bibit-bibit berkualitas di bidang sepak bola sehingga tercipta atlet nasional berkualitas yang mampu bersaing di kancah internasional dan mengharumkan nama Indonesia.”
 5. Misi Pertamina Soccer School: Membentuk peserta didik menjadi pemain berbakat dan berkarakter positif melalui pendidikan serta pelatihan dari tenaga pelatih yang berpengalaman.
 6. Kegiatan-kegiatan Pertamina Soccer School
 - Pendidikan sepak bola
 - Pendidikan akademis
 - Pemantauan kondisi fisik (keseimbangan gizi)

SESI 2

Kondisi Sepak Bola Indonesia dan Kelahiran Pertamina Soccer School

- I Gusti Kompyang Manila, pengamat sepak bola Indonesia
 1. Indonesia berada pada kondisi yang ironis, di mana banyak dari masyarakatnya yang memiliki minat yang sangat tinggi terhadap olahraga sepak bola dan menjadikan sepak bola olahraga terpopuler di Indonesia,

Namun justru nama Indonesia tidaklah termasuk jajaran tim-tim kuat di Konfederasi Sepak Bola Asia.

2. Bakat-bakat pesepak bola muda Indonesia kembali mendapatkan harapan melalui didirikannya Pertamina Soccer School yang dibangun oleh Pertamina..
3. Pertamina Soccer School adalah salah satu upaya membangkitkan kondisi sepak bola Indonesia dari keterpurukan.
4. Bentuk kepedulian BUMN seperti ini perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak termasuk media agar mampu mengembalikan kondisi sepak bola Indonesia yang pernah menjadi 'Macan Asia'.

SESI 3

Sepak Terjang Pemain Sepak Bola Indonesia dan Kelahiran Pertamina Soccer School

- Andik Vermansyah, pemain timnas Garuda Indonesia.
1. Pengalaman Andik sebelum menjadi pemain timnas yang terkenal lewat prestasinya.
 2. Kelahirnya Pertamina Soccer School membawa angin segar bagi bakat-bakat muda Indonesia, khususnya yang berasal dari kalangan tidak mampu untuk mewujudkan mimpi serta harapannya menjadi pemain sepak bola profesional yang mampu bersaing di kancah internasional.
 3. Kelahiran Pertamina Soccer School merupakan motivasi positif yang menjadi awal kebangkitan sepak bola Indonesia.

Lampiran 2

Materi Siaran Pers Workshop Jurnalis “Meretas Juara Berkualitas (Kategori Media UMUM dan BUMN-Energi)

Kategori : Umum, BUMN

Siaran pers



Pertamina Soccer School, Mencetak Generasi Berkualitas di Bidang Sepak Bola

Jakarta, 22 Januari 2013

Berangkat dari kepedulian Pertamina terhadap kondisi sepak bola tanah air, Pertamina sebagai satu-satunya BUMN berkomitmen tinggi dalam mencetak generasi berkualitas di bidang sepak bola melalui program Pertamina Soccer School yang didirikannya sejak September 2012 lalu. Dalam rangka memperkenalkan peranan Pertamina Soccer School bagi kemajuan sepak bola tanah air kepada rekan-rekan jurnalis, Pertamina Soccer School menggelar *workshop* jurnalis yang diadakan pada 22 Januari 2013. *Workshop* yang bertema “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School ini” dihadiri oleh dua narasumber terkenal di dunia sepak bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila dan Andik Vermansyah. Kegiatan yang diselenggarakan di Krakatau Room, Hotel Grand Hyatt, ini dihadiri oleh dua narasumber terkenal di dunia sepak bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila dan Andik Vermansyah.

“Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berupaya menunjukkan komitmen tingginya terhadap perkembangan dunia sepak bola Indonesia. Kami berharap kegiatan ini dapat membawa perubahan yang berarti dengan lahirnya generasi–generasi baru yang siap menghadapi tantangan.” ujar Karen Agustiawan, Direktur Utama PT Pertamina (Persero) saat membuka acara ini.

Di tengah carut marut kondisi sepak bola Indonesia saat ini, Pertamina berinisiatif mendirikan sekolah sepak bola guna mencetak bibit–bibit berkualitas dalam bidang sepak bola. Lahirnya Pertamina Soccer School bertujuan untuk mewujudkan mimpi serta harapan anak–anak Indonesia,

khususnya yang berasal dari kalangan tidak mampu, untuk menjadi pemain sepak bola profesional sehingga mampu bersaing di kancah internasional.

Melalui ajang *workshop* jurnalis ini, Pertamina berupaya membuka wawasan rekan-rekan jurnalis akan peranan serta sudut pandang para ahli dan praktisi di dunia sepak bola melihat kelahiran Pertamina Soccer School. Sesi pertama dalam *workshop* jurnalis ini dibawakan oleh Ifki Sukarya, Manajer CSR PT Pertamina (Persero). Sesi ini memaparkan visi, misi, dan kegiatan Pertamina Soccer School lebih dekat kepada rekan-rekan jurnalis. Sesi kedua dilanjutkan dengan pemaparan I Gusti Kompyang Manila, pengamat sepak bola Indonesia yang akrab dengan kalangan jurnalis, mengenai sudut pandang beliau terhadap kelahiran Pertamina Soccer School. Pada sesi ini, beliau menyampaikan bahwa kehadiran Pertamina Soccer School merupakan awal kebangkitan dan titik cerah yang digagas oleh Pertamina sebagai perusahaan BUMN. Sesi ketiga pada kegiatan ini dilanjutkan dengan *sharing* kisah dan pengalaman Andik Vermansyah, pemain timnas Garuda Indonesia. Andik pun menyampaikan sudut pandanginya terkait kelahiran dan peranan Pertamina Soccer School sebagai langkah awal karir pemain sepak bola Indonesia.

Acara yang dipandu oleh Donna Agnesia ini diharapkan dapat membuka wawasan bagi kalangan jurnalis mengenai kelahiran Pertamina Soccer School. Selain itu, adanya kegiatan ini juga bermaksud untuk menumbuhkan semangat nasionalisme dan kepedulian yang tinggi untuk sama-sama berjuang mendukung sepak bola tanah air melalui Pertamina Soccer School.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Olahraga)

Kategori : Olahraga

Siaran pers



Pertamina Soccer School, Harapan Baru Bagi Sepak Bola Indonesia

Jakarta, 22 Januari 2013

Bakat-bakat pesepak bola muda Indonesia kembali mendapatkan harapan melalui didirikannya Pertamina Soccer School yang dibangun oleh Pertamina.. Dalam rangka memperkenalkan peranan Pertamina Soccer School bagi kemajuan sepak bola tanah air kepada rekan-rekan jurnalis, Pertamina Soccer School menggelar *workshop* jurnalis yang diadakan pada 22 Januari 2013. *Workshop* yang bertema “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School ini” dihadiri oleh dua narasumber terkenal di dunia sepak bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila dan Andik Vermansyah. Kegiatan yang diselenggarakan di Krakatau Room, Hotel Grand Hyatt, ini dihadiri oleh dua narasumber terkenal di dunia sepak bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila dan Andik Vermansyah.

“Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berupaya menunjukkan komitmen tingginya terhadap perkembangan dunia sepak bola Indonesia. Kami berharap kegiatan ini dapat membawa perubahan yang berarti dengan lahirnya generasi–generasi baru yang siap menghadapi tantangan.” ujar Karen Agustiawan, Direktur Utama PT Pertamina (Persero) saat membuka acara ini.

Di tengah carut marut kondisi sepak bola Indonesia saat ini, Pertamina berinisiatif mendirikan sekolah sepak bola guna mencetak bibit–bibit berkualitas dalam bidang sepak bola. Lahirnya Pertamina Soccer School bertujuan untuk mewujudkan mimpi serta harapan anak–anak Indonesia, khususnya yang berasal dari kalangan tidak mampu, untuk menjadi pemain sepak bola profesional sehingga mampu bersaing di kancah internasional.

Melalui ajang *workshop* jurnalis ini, Pertamina berupaya membuka wawasan rekan–rekan jurnalis akan peranan serta sudut pandang para ahli dan praktisi di dunia sepak bola melihat kelahiran Pertamina Soccer School. Sesi pertama dalam *workshop* jurnalis ini dibawakan oleh Ifki Sukarya,

xxvi

Manajer CSR PT Pertamina (Persero). Sesi ini memaparkan visi, misi, dan kegiatan Pertamina Soccer School lebih dekat kepada rekan-rekan jurnalis. Sesi kedua dilanjutkan dengan pemaparan I Gusti Kompyang Manila, pengamat sepak bola Indonesia yang akrab dengan kalangan jurnalis, mengenai sudut pandang beliau terhadap kelahiran Pertamina Soccer School. Pada sesi ini, beliau menyampaikan bahwa kehadiran Pertamina Soccer School merupakan awal kebangkitan dan titik cerah yang digagas oleh Pertamina sebagai perusahaan BUMN. Sesi ketiga pada kegiatan ini dilanjutkan dengan *sharing* kisah dan pengalaman Andik Vermansyah, pemain timnas Garuda Indonesia. Andik pun menyampaikan sudut pandanginya terkait kelahiran dan peranan Pertamina Soccer School sebagai langkah awal karir pemain sepak bola Indonesia.

Acara yang dipandu oleh Donna Agnesia ini diharapkan dapat membuka wawasan bagi kalangan jurnalis mengenai kelahiran Pertamina Soccer School. Selain itu, adanya kegiatan ini juga bermaksud untuk menumbuhkan semangat nasionalisme dan kepedulian yang tinggi untuk sama-sama berjuang mendukung sepak bola tanah air melalui Pertamina Soccer School.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Remaja dan Gaya Hidup)

Kategori : Remaja dan Gaya Hidup

Siaran pers



Pertamina Soccer School, Harapan Baru Bagi Anak-anak Indonesia

Jakarta, 22 Januari 2013

Sebanyak 24 siswa berusia 14-15 tahun yang berasal dari kalangan tidak mampu dari berbagai kota di Indonesia beruntung lolos dalam program beasiswa Pertamina Soccer School yang didirikan Pertamina sejak bulan lalu. Bibit-bibit berbakat ini memperoleh kesempatan untuk mengasah teknik permainan sepak bola mereka dengan dilatih oleh pelatih internasional. Dalam rangka memperkenalkan peranan Pertamina Soccer School bagi kemajuan sepak bola tanah air kepada rekan-rekan jurnalis, Pertamina Soccer School menggelar *workshop* jurnalis yang diadakan pada 22 Januari 2013. *Workshop* yang bertema “Meretas Juara Berkualitas Bersama Pertamina Soccer School ini” dihadiri oleh dua narasumber terkenal di dunia sepak bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila dan Andik Vermansyah. Kegiatan yang diselenggarakan di Krakatau Room, Hotel Grand Hyatt, ini dihadiri oleh dua narasumber terkenal di dunia sepak bola Indonesia, I Gusti Kompyang Manila dan Andik Vermansyah.

“Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berupaya menunjukkan komitmen tingginya terhadap perkembangan dunia sepak bola Indonesia. Kami berharap kegiatan ini dapat membawa perubahan yang berarti dengan lahirnya generasi-generasi baru yang siap menghadapi tantangan.” ujar Karen Agustiawan, Direktur Utama PT Pertamina (Persero) saat membuka acara ini.

Di tengah carut marut kondisi sepak bola Indonesia saat ini, Pertamina berinisiatif mendirikan sekolah sepak bola guna mencetak bibit-bibit berkualitas dalam bidang sepak bola. Lahirnya Pertamina Soccer School bertujuan untuk mewujudkan mimpi serta harapan anak-anak Indonesia, khususnya yang berasal dari kalangan tidak mampu, untuk menjadi pemain sepak bola profesional sehingga mampu bersaing di kancah internasional.

Melalui ajang *workshop* jurnalis ini, Pertamina berupaya membuka wawasan rekan-rekan jurnalis akan peranan serta sudut pandang para ahli dan praktisi di dunia sepak bola melihat kelahiran

Pertamina Soccer School. Sesi pertama dalam *workshop* jurnalis ini dibawakan oleh Ifki Sukarya, Manajer CSR PT Pertamina (Persero). Sesi ini memaparkan visi, misi, dan kegiatan Pertamina Soccer School lebih dekat kepada rekan-rekan jurnalis. Sesi kedua dilanjutkan dengan pemaparan I Gusti Kompyang Manila, pengamat sepak bola Indonesia yang akrab dengan kalangan jurnalis, mengenai sudut pandang beliau terhadap kelahiran Pertamina Soccer School. Pada sesi ini, beliau menyampaikan bahwa kehadiran Pertamina Soccer School merupakan awal kebangkitan dan titik cerah yang digagas oleh Pertamina sebagai perusahaan BUMN. Sesi ketiga pada kegiatan ini dilanjutkan dengan *sharing* kisah dan pengalaman Andik Vermansyah, pemain timnas Garuda Indonesia. Andik pun menyampaikan sudut pandanginya terkait kelahiran dan peranan Pertamina Soccer School sebagai langkah awal karir pemain sepak bola Indonesia.

Acara yang dipandu oleh Donna Agnesia ini diharapkan dapat membuka wawasan bagi kalangan jurnalis mengenai kelahiran Pertamina Soccer School. Selain itu, adanya kegiatan ini juga bermaksud untuk menumbuhkan semangat nasionalisme dan kepedulian yang tinggi untuk sama-sama berjuang mendukung sepak bola tanah air melalui Pertamina Soccer School.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

Lampiran 3

Materi Talking Point Media Luncheon 1

TALKING POINT

Media Luncheon 1

Jakarta, 11 Februari 2013

- Materi talking point Winanda Pusponegoro
 1. Ucapan terima kasih atas kehadiran rekan-rekan media dalam acara ini.
 2. Melalui kegiatan media luncheon ini, diharapkan dapat membangun silaturahmi dan memperkuat hubungan kekeluargaan antara program Pertamina Soccer School dan rekan-rekan media.
 3. Rekan-rekan media adalah bagian kesuksesan dari program Pertamina Soccer School yang diselenggarakan untuk membawa perubahan signifikan bagi industri sepak bola tanah air.

Tim Pertamina Soccer School menerima segala bentuk masukan rekan-rekan media yang berguna bagi kemajuan dan perkembangan Pertamina

Lampiran 4

Materi Talking Point Media Luncheon 2

TALKING POINT

Media Luncheon 2

Jakarta, 14 Mei 2013

- Materi talking point Winanda Pusponegoro
 1. Ucapan terima kasih atas kehadiran rekan-rekan media dalam acara ini.
 2. Melalui kegiatan media luncheon ini, diharapkan dapat semakin membangun silaturahmi dan memperkuat hubungan kekeluargaan antara program Pertamina Soccer School dan rekan-rekan media.
 3. Rekan-rekan media adalah bagian kesuksesan dari program Pertamina Soccer School yang diselenggarakan untuk membawa perubahan signifikan bagi industri sepak bola tanah air.
 4. Tim media relations Pertamina Soccer School mengundang rekan-rekan media untuk bergabung dalam komunitas “Associated Press Football Fans” untuk semakin mendukung dan berperan bagi kemajuan sepak bola Indonesia melalui program Pertamina Soccer School.

Lampiran 5

Materi Talking Point Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School

TALKING POINT

Buka Puasa Bersama Pertamina Soccer School

Jakarta, 18 Juli 2013

- Materi talking point Ali Mundakir, VP. Corcomm PT Pertamina (Persero)
 1. Ucapan terima kasih atas kehadiran rekan-rekan media dalam acara ini.
 2. Melalui kegiatan buka puasa bersama ini, diharapkan dapat membangun silaturahmi dan memperkuat hubungan kekeluargaan

xxxi

antara program Pertamina Soccer School dan rekan-rekan media dalam suasana menyongsong hari kemenangan Idul Fitri 1434 H.

3. Dukungan rekan-rekan media sebagai bagian kesuksesan dari program Pertamina Soccer School terus dibutuhkan agar Pertamina Soccer School semakin dapat berkembang ke arah yang lebih baik lagi guna mencetak generasi sepak bola yang berkualitas bagi bangsa dan negara.

Lampiran 6

Materi Talking Point Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina

TALKING POINT

Konferensi Pers “Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina”

Jakarta, 28 Agustus 2013

- Materi talking point Direktur Utama
 1. Kemampuan bibit handal dalam bidang sepak bola terus dipertajam oleh Pertamina Soccer School, kali ini para siswa diikutsertakan dalam pertandingan Liga Pertamina yang disponsori oleh Pertamina.
 2. Segenap pimpinan dan manajemen Pertamina mendukung penuh keikutsertaan siswa Pertama Soccer School pada ajang ini agar mereka dapat berjuang menorehkan prestasi yang akan membanggakan bagi para orang tua dan tanah air tercinta.
 3. Pertandingan ini merupakan salah satu tantangan bagi siswa–siswa Pertamina Soccer School untuk menunjukkan dan mengasah kualitas permainannya..
- Materi talking point VP. Corcomm.
 1. Liga Pertamina yang kembali digelar pada tahun 2013 ini rencananya akan mempertandingkan 15 sekolah sepak bola unggulan yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia. Setelah sebelumnya dilaksanakan di Palembang Bandung merupakan lokasi diselenggarakannya kegiatan ini.

2. Berbagai persiapan telah dilakukan agar memperoleh hasil yang maksimal. Persiapan tersebut meliputi latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari para siswa.

 3. Liga Pertamina merupakan kompetisi kedua yang telah diikuti oleh siswa–siswa Pertamina Soccer School sejak didirikan pada tanggal 15 September 2012. Setelah hampir setahun mengikuti pelatihan yang intensif, pihak Pertamina berharap, terlihat kemajuan yang berarti yang ditunjukkan oleh anak–anak didiknya ini, khususnya dalam ketahanan fisik dan pola permainan yang semakin baik. Marilah kita dukung siswa–siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini agar dapat semakin menjadi anak Indonesia yang berkualitas ke depannya
- Materi talking point Perwakilan siswa Pertamina Soccer School
1. Saya dan teman-teman siap untuk mengikuti ajang Liga Pertamina 2013 ini karena sudah menjadi cita-cita kami yang sejak lama kami nanti-nantikan. Kami berharap dapat memenangkan kejuaraan ini dan dapat membanggakan orang tua kami.

Lampiran 7

Materi Siaran Pers Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Liga Pertamina

(Kategori Media Umum dan BUMN – Energi)

Kategori : Umum dan BUMN

Siaran pers



Pertamina Soccer School Terus Mempertajam Bakat Para Siswa

Jakarta, 28 Agustus 2013

Kemampuan bibit handal dalam bidang sepak bola terus dipertajam oleh Pertamina Soccer School, kali ini para siswa diikutsertakan dalam pertandingan Liga Pertamina yang disponsori oleh Pertamina. Melalui konferensi pers yang diselenggarakan pada 28 Agustus 2013 di Restoran Seribu Rasa, Menteng, Pertamina menyatakan kesiapan siswa-siswanya dalam mengikuti ajang ini. Liga Pertamina yang kembali digelar pada tahun 2013 ini rencananya akan mempertandingkan 15 sekolah sepak bola unggulan yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia. Setelah sebelumnya dilaksanakan di Palembang Bandung merupakan lokasi diselenggarakannya kegiatan ini.

“Pertandingan ini merupakan salah satu tantangan bagi siswa-siswa Pertamina Soccer School untuk menunjukkan dan mengasah kualitas permainannya.” ujar Direktur Utama, PT Pertamina (Persero)

Berbagai persiapan telah dilakukan agar memperoleh hasil yang maksimal. Persiapan tersebut meliputi latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari para siswa.

Selain pihak manajemen Pertamina, Elang Anindita, perwakilan siswa Pertamina Soccer School, juga menyatakan kesiapannya untuk mengikuti ajang ini. Elang mengaku sudah berlatih keras agar memperoleh hasil maksimal pada ajang Liga Pertamina ini.

Liga Pertamina merupakan kompetisi kedua yang telah diikuti oleh siswa–siswa Pertamina Soccer School sejak didirikan pada tanggal 15 September 2012. Setelah hampir setahun mengikuti pelatihan yang intensif, pihak Pertamina berharap, terlihat kemajuan yang berarti yang ditunjukkan oleh anak–anak didiknya ini, khususnya dalam ketahanan fisik dan pola permainan yang semakin baik. Marilah kita dukung siswa–siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini agar dapat semakin menjadi anak Indonesia yang berkualitas ke depannya. Ikuti terus perkembangan pertandingan ini melalui akun twitter kami @PSS_ID.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Olahraga)

Kategori : Olahraga

Siaran pers



Pertamina Soccer School Terus Menunjukkan Semangat Sportivitas Melalui Liga Pertamina

Jakarta, 28 Agustus 2013

Pertamina Soccer School terus menguji *skill* permainan siswa-siswanya di lapangan, kali ini para siswa diikutsertakan dalam pertandingan Liga Pertamina yang disponsori oleh Pertamina. Dalam ajang ini, para siswa telah dibekali semangat membangun sportivitas agar tercipta *image* permainan sepak bola Indonesia yang jauh dari nuansa kekerasan. Melalui konferensi pers yang diselenggarakan pada 28 Agustus 2013 di Restoran Seribu Rasa, Menteng, Pertamina menyatakan kesiapan siswa-siswanya dalam mengikuti ajang ini. Liga Pertamina yang kembali digelar pada tahun 2013 ini rencananya akan mempertandingkan 15 sekolah sepak bola unggulan yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia. Setelah sebelumnya dilaksanakan di Palembang Bandung merupakan lokasi diselenggarakannya kegiatan ini.

“Pertandingan ini merupakan salah satu tantangan bagi siswa-siswa Pertamina Soccer School untuk menunjukkan dan mengasah kualitas permainannya.” ujar Direktur Utama, PT Pertamina (Persero)

Berbagai persiapan telah dilakukan agar memperoleh hasil yang maksimal. Persiapan tersebut meliputi latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari para siswa.

Selain pihak manajemen Pertamina, Elang Anindita, perwakilan siswa Pertamina Soccer School, juga menyatakan kesiapannya untuk mengikuti ajang ini. Elang mengaku sudah berlatih keras agar memperoleh hasil maksimal pada ajang Liga Pertamina ini.

Liga Pertamina merupakan kompetisi kedua yang telah diikuti oleh siswa-siswa Pertamina Soccer School sejak didirikan pada tanggal 15 September 2012. Setelah hampir setahun mengikuti pelatihan yang intensif, pihak Pertamina berharap, terlihat kemajuan yang berarti yang ditunjukkan

oleh anak–anak didiknya ini, khususnya dalam ketahanan fisik dan pola permainan yang semakin baik. Marilah kita dukung siswa–siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini agar dapat semakin menjadi anak Indonesia yang berkualitas ke depannya. Ikuti terus perkembangan pertandingan ini melalui akun twitter kami @PSS_ID.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Remaja dan Gaya Hidup)

Kategori : Remaja dan Gaya Hidup

Siaran pers



Pertamina Soccer School Terus Mengasah Bakat Para Siswa

Jakarta, 28 Agustus 2013

Pertamina Soccer School terus mengasah *skill* permainan siswa-siswanya di lapangan, kali ini para siswa diikutsertakan dalam pertandingan Liga Pertamina yang disponsori oleh Pertamina. Dalam ajang ini, Pertamina sekaligus memonitor perkembangan bakat para siswanya setelah mendapatkan pelatihan, baik secara fisik maupun emosional. Melalui konferensi pers yang diselenggarakan pada 28 Agustus 2013 di Restoran Seribu Rasa, Menteng, Pertamina menyatakan kesiapan siswa-siswanya dalam mengikuti ajang ini. Liga Pertamina yang kembali digelar pada tahun 2013 ini rencananya akan mempertandingkan 15 sekolah sepak bola unggulan yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia. Setelah sebelumnya dilaksanakan di Palembang Bandung merupakan lokasi diselenggarakannya kegiatan ini.

“Pertandingan ini merupakan salah satu tantangan bagi siswa-siswa Pertamina Soccer School untuk menunjukkan dan mengasah kualitas permainannya.” ujar Direktur Utama, PT Pertamina (Persero)

Berbagai persiapan telah dilakukan agar memperoleh hasil yang maksimal. Persiapan tersebut meliputi latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari para siswa.

Selain pihak manajemen Pertamina, Elang Anindita, perwakilan siswa Pertamina Soccer School, juga menyatakan kesiapannya untuk mengikuti ajang ini. Elang mengaku sudah berlatih keras agar memperoleh hasil maksimal pada ajang Liga Pertamina ini.

Liga Pertamina merupakan kompetisi kedua yang telah diikuti oleh siswa-siswa Pertamina Soccer School sejak didirikan pada tanggal 15 September 2012. Setelah hampir setahun mengikuti pelatihan yang intensif, pihak Pertamina berharap, terlihat kemajuan yang berarti yang ditunjukkan oleh anak-anak didiknya ini, khususnya dalam ketahanan fisik dan pola permainan yang semakin

baik. Marilah kita dukung siswa–siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini agar dapat semakin menjadi anak Indonesia yang berkualitas ke depannya. Ikuti terus perkembangan pertandingan ini melalui akun twitter kami @PSS_ID.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

Lampiran 11

Materi Talking Point Pertandingan Persahabatan “Me Vs. The Media” dan HUT Pertamina Soccer School ke-1

TALKING POINT

Pertandingan Persahabatan dan HUT Pertamina Soccer School

Jakarta, 21 September 2013

- Materi talking point Direktur Utama
 1. Ucapan terima kasih atas perhatian rekan-rekan media selama satu tahun ini.

xxxix

2. Selama setahun ini Pertamina Soccer School telah menelurkan prestasi yang dihasilkan saat mengikuti ajang AC Milan Junior Championship tahun 2012 lalu yang berhasil menyabet juara 2 dan ajang Liga Pertamina pada bulan Agustus 2013 yang berhasil meraih juara 1.
3. Pada peringatan ulang tahunnya yang pertama ini, Pertamina Soccer School menggelar syukuran dan pertandingan persahabatan dengan rekan-rekan media di GOR Sumantri Bojonegoro, pada 15 Desember 2012.
4. Pertandingan antara para siswa Pertamina Soccer School melawan tim media ini merupakan ajang silaturahmi sekaligus menunjukkan hasil didikan oleh pelatih-pelatih handal dalam membina bibit-bibit berkualitas.
5. Di usianya yang menginjak tahun pertama ini, Pertamina Soccer School terus berkomitmen untuk menelurkan bakat-bakat handal di bidang sepak bola agar mampu membangun sepak bola Indonesia dari keterpurukan.
6. Melalui pertandingan ini, kami ingin dapat menunjukkan bakat terbaik dari siswa-siswa PSS dan kami berharap, acara ini dapat menumbuhkan dukungan dari banyak pihak terhadap Pertamina Soccer School yang selalu berjuang untuk mencetak generasi berprestasi di bidang sepak bola yang mampu bersaing di kancah internasional. Usia satu tahun diharapkan mendekatkan cita-cita peserta didik Pertamina Soccer School untuk menjadi pemain sepak bola terbaik di negeri ini.

Lampiran 8

Materi Siaran Pers Pertandingan Persahabatan “Me Vs. The Media” dan HUT Pertamina Soccer School ke-1

(Kategori Media Umum dan BUMN)

Kategori : Umum dan BUMN-Energi

Siaran pers



Rayakan HUT Pertama, Pertamina Soccer School Gelar Pertandingan Persahabatan

Jakarta, 21 September 2013

Dalam rangka memperingati hari ulang tahunnya yang pertama, Pertamina Soccer School, sebagai salah satu sepak bola unggulan bentukan Pertamina yang berada di Jakarta, menyelenggarakan sebuah pertandingan persahabatan dengan rekan-rekan media di GOR Sumantri Bojonegoro, pada 21 September 2013. Pertandingan antara para siswa Pertamina Soccer School melawan tim media ini merupakan ajang silaturahmi sekaligus menunjukkan hasil didikan oleh pelatih-pelatih handal dalam membina bibit-bibit berkualitas. Dalam peringatan hari jadinya yang pertama, Pertamina Soccer School terus berkomitmen untuk menelurkan bakat-bakat handal di bidang sepak bola agar mampu membangun sepak bola Indonesia dari keterpurukan.

“Melalui pertandingan ini, kami ingin dapat menunjukkan bakat siswa-siswa PSS dan kami berharap, acara ini dapat menumbuhkan dukungan dari banyak pihak terhadap Pertamina Soccer School yang selalu berjuang untuk mencetak generasi berprestasi di bidang sepak bola yang mampu bersaing di kancah internasional” demikian dikemukakan oleh Karen Agustiawan, Direktur Umum PT Pertamina (Persero)

Battle persahabatan ini terdiri dari satu pertandingan yang diikuti oleh dua tim. Tim pertama berisi siswa-siswa Pertamina Soccer School. Tim kedua terdiri dari rekan-rekan media yang tergabung dari berbagai media di ibukota. Pemenang dalam pertandingan persahabatan ini memperebutkan hadiah juara pertama, yakni uang tunai sebesar sepuluh juta rupiah. Sedangkan, juara kedua akan

memperoleh hadiah uang tunai sebesar tujuh juta lima ratus ribu rupiah. Antusiasme rekan-rekan media untuk mengikuti kegiatan ini telah terlihat dari jumlah peserta yang sudah mencapai target sejak tiga hari sebelum pertandingan dilaksanakan. Hal yang tidak kalah menarik adalah setiap pemain juga berupaya memperebutkan pemenang kategori “Man of the Match” yang berhadiah satu buah iPad 3. Adapun wasit dari kegiatan ini merupakan perwakilan dari klub AC Milan Indonesia.

Setelah selesai pertandingan persahabatan, acara dilanjutkan dengan seremoni HUT Pertamina Soccer School yang disimbolisasikan dengan pemotongan tumpeng oleh Karen Agustiawan, selaku direktur PT Pertamina (Persero) dan Julius Omsel Omkarsba, selaku perwakilan siswa Pertamina Soccer School. Acara ini dibawakan oleh presenter sepak bola yang sudah tidak asing lagi di layar kaca, Fenita Arie, dan dimeriahkan oleh Band Netral.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Olahraga)

Kategori : Olahraga

Siaran pers



Pertamina Soccer School Terus Berupaya Mengukir Prestasi

Jakarta, 21 September 2013

Meskipun masih seumur jagung,, prestasi yang ditorehkan oleh para siswa Pertamina Soccer School tidak dapat dipandang sebelah mata. Hal ini dibuktikan melalui prestasi yang dihasilkan saat mengikuti ajang AC Milan Junior Championship tahun 2012 lalu yang berhasil menyabet juara 2 dan ajang Liga Pertamina pada bulan Agustus 2013 yang berhasil meraih juara 1. Pada peringatan ulang tahunnya yang pertama ini, Pertamina Soccer School menggelar syukuran dan pertandingan persahabatan dengan rekan-rekan media di GOR Sumantri Bojonegoro, pada 21 September 2013. Pertandingan antara para siswa Pertamina Soccer School melawan tim media ini merupakan ajang silaturahmi sekaligus menunjukkan hasil didikan oleh pelatih-pelatih handal dalam membina bibit-bibit berkualitas. Di usianya yang menginjak tahun pertama ini, Pertamina Soccer School terus berkomitmen untuk menelurkan bakat-bakat handal di bidang sepak bola agar mampu membangun sepak bola Indonesia dari keterpurukan.

“Melalui pertandingan ini, kami ingin dapat menunjukkan bakat siswa-siswa PSS dan kami berharap, acara ini dapat menumbuhkan dukungan dari banyak pihak terhadap Pertamina Soccer School yang selalu berjuang untuk mencetak generasi berprestasi di bidang sepak bola yang mampu bersaing di kancah internasional” demikian dikemukakan oleh Karen Agustiawan, Direktur Umum PT Pertamina (Persero)

Battle persahabatan ini terdiri dari satu pertandingan yang diikuti oleh dua tim. Tim pertama berisi siswa-siswa Pertamina Soccer School. Tim kedua terdiri dari rekan-rekan media yang tergabung dari berbagai media di ibukota. Pemenang dalam pertandingan persahabatan ini memperebutkan hadiah juara pertama, yakni uang tunai sebesar sepuluh juta rupiah. Sedangkan, juara kedua akan memperoleh hadiah uang tunai sebesar tujuh juta lima ratus ribu rupiah. Antusiasme rekan-rekan media untuk mengikuti kegiatan ini telah terlihat dari jumlah peserta yang sudah mencapai target

sejak tiga hari sebelum pertandingan dilaksanakan. Hal yang tidak kalah menarik adalah setiap pemain juga berupaya memperebutkan pemenang kategori “Man of the Match” yang berhadiah satu buah ipad 3. Adapun wasit dari kegiatan ini merupakan perwakilan dari klub AC Milan Indonesia.

Setelah selesai pertandingan persahabatan, acara dilanjutkan dengan seremoni HUT Pertamina Soccer School yang disimbolisasikan dengan pemotongan tumpeng oleh Karen Agustiawan, selaku direktur PT Pertamina (Persero) dan Julius Omsel Omkarsba, selaku perwakilan siswa Pertamina Soccer School. Acara ini dibawakan oleh presenter sepak bola yang sudah tidak asing lagi di layar kaca, Fenita Arie, dan dimeriahkan oleh Band Netral.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Remaja dan Gaya Hidup)

Kategori : Remaja dan Gaya Hidup

Siaran pers



Pertamina Soccer School Senantiasa Mengukir Prestasi

Jakarta, 21 September 2013

Usia satu tahun merupakan masa keemasan di mana pada tahap ini masa kembang seseorang ditentukan oleh proses pembelajaran yang diterimanya. Di usianya yang menginjak tahun pertama ini, Pertamina Soccer School terus berupaya menunjukkan komitmen tingginya terhadap sepak bola tanah air dengan memaksimalkan segala bentuk pelatihan bagi peserta didiknya yang berusia 14-15 tahun ini. Sebanyak 24 peserta didiknya ini, terus digiring untuk mampu menjadi pemain profesional yang mampu bersaing di kancah internasional setelah kelulusannya nanti. Pada peringatan ulang tahunnya yang pertama ini, Pertamina Soccer School menggelar syukuran dan pertandingan persahabatan dengan rekan-rekan media di GOR Sumantri Bojonegoro, pada 15 Desember 2012. Pertandingan antara para siswa Pertamina Soccer School melawan tim media ini merupakan ajang silaturahmi sekaligus menunjukkan hasil didikan oleh pelatih-pelatih handal dalam membina bibit-bibit berkualitas.

“Melalui pertandingan ini, kami ingin dapat menunjukkan bakat terbaik dari siswa-siswa PSS dan kami berharap, acara ini dapat menumbuhkan dukungan dari banyak pihak terhadap Pertamina Soccer School yang selalu berjuang untuk mencetak generasi berprestasi di bidang sepak bola yang mampu bersaing di kancah internasional. Usia satu tahun diharapkan mendekatkan cita-cita peserta didik Pertamina Soccer School untuk menjadi pemain sepak bola terbaik di negeri ini.” demikian dikemukakan oleh Karen Agustiawan, Direktur Umum PT Pertamina (Persero)

Battle persahabatan ini terdiri dari satu pertandingan yang diikuti oleh dua tim. Tim pertama berisi siswa-siswa Pertamina Soccer School. Tim kedua terdiri dari rekan-rekan media yang tergabung dari berbagai media di ibukota. Pemenang dalam pertandingan persahabatan ini memperebutkan hadiah juara pertama, yakni uang tunai sebesar sepuluh juta rupiah. Sedangkan, juara kedua akan memperoleh hadiah uang tunai sebesar tujuh juta lima ratus ribu rupiah. Antusiasme rekan-rekan

media untuk mengikuti kegiatan ini telah terlihat dari jumlah peserta yang sudah mencapai target sejak tiga hari sebelum pertandingan dilaksanakan. Hal yang tidak kalah menarik adalah setiap pemain juga berupaya memperebutkan pemenang kategori “Man of the Match” yang berhadiah satu buah ipad 3. Adapun wasit dari kegiatan ini merupakan perwakilan dari klub AC Milan Indonesia.

Setelah selesai pertandingan persahabatan, acara dilanjutkan dengan seremoni HUT Pertamina Soccer School yang disimbolisasikan dengan pemotongan tumpeng oleh Karen Agustawan, selaku direktur PT Pertamina (Persero) dan Julius Omsel Omkarsba, selaku perwakilan siswa Pertamina Soccer School. Acara ini dibawakan oleh presenter sepak bola yang sudah tidak asing lagi di layar kaca, Fenita Arie, dan dimeriahkan oleh Band Netral.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

Lampiran 9

Materi Talking Point Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan

TALKING POINT

Konferensi Pers “Pertamina Soccer School Goes to Milan”

Jakarta, 25 November 2013

- Materi talking point Direktur Utama
 1. Dalam rangka merealisasikan janji Pertamina untuk mewujudkan mimpi serta harapan anak-anak Indonesia menjadi pesepak bola profesional yang mampu bersaing di kancah internasional, Pertamina mengirimkan siswa unggulan Pertamina Soccer School untuk mengikuti ajang bergengsi yang diselenggarakan di Milan pada 20–27 Desember 2013.
 2. Segenap pimpinan dan manajemen Pertamina mendukung penuh keikutsertaan siswa Pertama Soccer School pada ajang ini agar mereka dapat berjuang menorehkan prestasi yang akan membanggakan bagi para orang tua dan tanah air tercinta.
 3. Selain untuk membuktikan bahwa derajat pemain Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata oleh dunia internasional, keikutsertaan siswa Pertamina Soccer School di ajang ini diharapkan juga merupakan langkah awal sebagai tantangan bagi siswa–siswa Pertamina Soccer School untuk menembus persaingan berskala internasional.

- Materi talking point VP. Corcomm.
 1. AC Milan Junior Championship merupakan acara tahunan yang mempertemukan perwakilan tim U-14 dari berbagai negara dalam suatu liga pertandingan sepak bola. Acara ini akan digelar di Milan pada tanggal 20-27 Desember 2013. Pertamina mengirimkan siswa-

siswa terbaiknya dalam Pertamina Soccer School untuk mengikuti ajang ini.

2. Dalam kegiatan ini turut ikut serta pula, manajer CSR PT Pertamina (Persero), Ifki Sukarya dalam mendampingi siswa–siswa Pertamina Soccer School berkompetisi pada ajang ini. Adapun siswa–siswa Pertamina yang terpilih sebagai pemain inti adalah Ilham Bagas, Reza Erlangga, Saputra, Mustofa, Fauzan Adzima, Robyandika, M. Bagas DS, M. Alfian Ardiansyah, Elang Anindita, Mohammad Krisna, Muh. Rabdi R., dan dua pemain cadangan, yakni Evan Heinrie dan Julius Omsel.

3. Agar mencapai hasil yang diharapkan, siswa–siswa Pertamina Soccer School sudah melakukan berbagai persiapan, di antaranya latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Joice Rumawa dari RSCM. Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari siswa–siswa Pertamina Soccer School. Ilham Bagas, siswa Pertamina Soccer School asal Palembang salah satunya. Siswa yang terpilih mengikuti ajang ini, bertinggi badan 155cm tersebut mengalami peningkatan berat yang cukup berarti karena pola makan dan latihan fisiknya yang selalu dijaga.

- Materi talking point Perwakilan siswa Pertamina Soccer School

1. Saya dan teman-teman siap untuk mengikuti ajang AC Milan Junior Championship 2013 ini karena sudah menjadi cita-cita kami yang sejak lama kami nanti-nantikan. Kami berharap dapat memenangkan kejuaraan ini.

Lampiran 5

Materi Siaran Pers Konferensi Pers Pertamina Soccer School Goes to Milan (Kategori Media UMUM dan BUMN-Energi)

Kategori : Umum, BUMN

Siaran pers



Pertamina Soccer School, Meningkatkan Derajat Pemain Indonesia ke Milan Jakarta, 25 November 2013

Guna meningkatkan derajat pemain Indonesia ke kancah internasional, Pertamina memberangkatkan beberapa siswa unggulan untuk mengikuti ajang bergengsi AC Milan Junior Championship 2012 yang diselenggarakan di Milan pada 20–27 Desember 2013. Dalam rangka menyatakan kesiapannya mengikuti ajang ini, Pertamina menggelar konferensi pers yang diadakan di The Only One Club, FX Mall. Melalui ajang ini, Meski tidak sedikit biaya yang dikeluarkan Pertamina untuk mengikuti ajang ini, Pertamina berharap keikutsertaan siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini dapat mewujudkan mimpi anak-anak Indonesia untuk berlaga di ajang internasional ini serta menumbuhkan semangat berkompetisi dari siswa–siswanya.

“Ini merupakan salah satu langkah awal sebagai tantangan bagi siswa–siswa Pertamina Soccer School untuk menembus persaingan berskala internasional” ujar Direktur Utama, PT Pertamina (Persero)

Agar mencapai hasil yang diharapkan, siswa–siswa Pertamina Soccer School sudah melakukan berbagai persiapan, di antaranya latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Joice Rumawa dari RSCM. Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari siswa–siswa Pertamina Soccer School. Ilham Bagas, siswa Pertamina Soccer School asal Palembang salah satunya. Siswa yang terpilih mengikuti ajang ini, bertinggi badan 155cm tersebut mengalami peningkatan berat yang cukup berarti karena pola makan dan latihan fisiknya yang selalu dijaga.

Turut ikut serta pula, manajer CSR PT Pertamina (Persero), Ifki Sukarya dalam mendampingi siswa–siswa Pertamina Soccer School berkompetisi pada ajang ini. Adapun siswa–siswa Pertamina yang terpilih sebagai pemain inti adalah Ilham Bagas, Reza Erlangga, Saputra, Mustofa, Fauzan Adzima, Robyandika, M. Bagas DS, M. Alfian Ardiansyah, Elang Anindita, Mohammad Krisna, Muh. Rabdi R., dan dua pemain cadangan, yakni Evan Heinrie dan Julius Omsel.

“Pertandingan berskala internasional ini diharapkan juga dapat menjadi pengalaman yang berarti bagi anak–anak yang ikut bertanding agar dapat mencuri ilmu positif dari lawan mainnya” ujar Ali Mundakir selaku *Vice President Corporate Communication* PT Pertamina (Persero)

Pertamina berharap dengan terpilihnya beberapa anak mengikuti ajang internasional ini dapat memotivasi anak–anak lainnya untuk berjuang lebih keras sehingga semakin banyak ajang internasional lain yang dapat diikuti tahun berikutnya. Marilah kita dukung siswa–siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini agar dapat semakin menjadi anak Indonesia yang berkualitas ke depannya. Ikuti terus perkembangan pertandingan ini melalui akun twitter kami @PSS_ID.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Olahraga)

Kategori : Olahraga

|

Siaran pers



Pertamina Soccer School, Meningkatkan Derajat Pemain Indonesia ke Milan Jakarta, 25 November 2013

Ajang kompetisi AC Milan Junior Championship akan kembali lagi digelar, Pertamina pun tidak akan melewatkan kesempatan ini. Pertamina akan mengirimkan siswa unggulan Pertamina Soccer School untuk mengikuti ajang bergengsi yang diselenggarakan di Milan pada 20–27 Desember 2013 tersebut. Dalam rangka menyatakan kesiapannya mengikuti ajang ini, Pertamina menggelar konferensi pers yang diadakan di The Only One Club, FX Mall. Melalui keikutsertaan pada ajang ini, Pertamina ingin membuktikan bahwa derajat pemain Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata dan mampu disejajarkan dengan pemain lainnya di kancah internasional.

“Ini merupakan salah satu langkah awal sebagai tantangan bagi siswa–siswa Pertamina Soccer School untuk menembus persaingan berskala internasional” ujar Direktur Utama, PT Pertamina (Persero)

Agar mencapai hasil yang diharapkan, siswa–siswa Pertamina Soccer School sudah melakukan berbagai persiapan, di antaranya latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Joice Rumawa dari RSCM. Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari siswa–siswa Pertamina Soccer School. Ilham Bagas, siswa Pertamina Soccer School asal Palembang salah satunya. Siswa yang terpilih mengikuti ajang ini, bertinggi badan 155cm tersebut mengalami peningkatan berat yang cukup berarti karena pola makan dan latihan fisiknya yang selalu dijaga.

Turut ikut serta pula, manajer CSR PT Pertamina (Persero), Ifki Sukarya dalam mendampingi siswa–siswa Pertamina Soccer School berkompetisi pada ajang ini. Adapun siswa–siswa Pertamina yang terpilih sebagai pemain inti adalah Ilham Bagas, Reza Erlangga, Saputra, Mustofa, Fauzan Adzima, Robyandika, M. Bagas DS, M. Alfian Ardiansyah, Elang Anindita, Mohammad Krisna, Muh. Rabdi R., dan dua pemain cadangan, yakni Evan Heinrie dan Julius Omsel.

“Pertandingan berskala internasional ini diharapkan juga dapat menjadi pengalaman yang berarti bagi anak–anak yang ikut bertanding agar dapat mencuri ilmu positif dari lawan mainnya” ujar Ali Mundakir selaku *Vice President Corporate Communication* PT Pertamina (Persero)

Pertamina berharap dengan terpilihnya beberapa anak mengikuti ajang internasional ini dapat memotivasi anak-anak lainnya untuk berjuang lebih keras sehingga semakin banyak ajang internasional lain yang dapat diikuti tahun berikutnya. Marilah kita dukung siswa-siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini agar dapat semakin menjadi anak Indonesia yang berkualitas ke depannya. Ikuti terus perkembangan pertandingan ini melalui akun twitter kami @PSS_ID.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

(Kategori Media Remaja dan Gaya Hidup)

Kategori : Remaja dan Gaya Hidup

Siaran pers



Pertamina Soccer School, Meningkatkan Derajat Pemain Indonesia ke Milan Jakarta, 25 November 2013

Guna merealisasikan janji Pertamina untuk mewujudkan mimpi serta harapan anak-anak Indonesia menjadi pesepak bola profesional yang mampu bersaing di kancah internasional, Pertamina mengirimkan siswa unggulan Pertamina Soccer School untuk mengikuti ajang bergengsi yang diselenggarakan di Milan pada 20–27 Desember 2013. Dalam rangka menyatakan kesiapannya mengikuti ajang ini, Pertamina menggelar konferensi pers yang diadakan di The Only One Club, FX Mall. Selain untuk membuktikan bahwa derajat pemain Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata oleh dunia internasional, keikutsertaan siswa Pertamina Soccer School di ajang ini diharapkan dapat menorehkan prestasi yang akan membanggakan bagi para orang tua masing-masing siswa dan tanah air tercinta.

“Ini merupakan salah satu langkah awal sebagai tantangan bagi siswa–siswa Pertamina Soccer School untuk menembus persaingan berskala internasional” ujar Direktur Utama, PT Pertamina (Persero)

Agar mencapai hasil yang diharapkan, siswa–siswa Pertamina Soccer School sudah melakukan berbagai persiapan, di antaranya latihan fisik yang keras dan intensif sejak bulan September 2012. Selain latihan fisik, diperhatikan pula asupan gizi yang terus dipantau oleh pakar gizi, dr Joice Rumawa dari RSCM. Latihan fisik dan asupan gizi berimbang ini berimplikasi signifikan terhadap bobot berat dan kecepatan lari siswa–siswa Pertamina Soccer School. Ilham Bagas, siswa Pertamina Soccer School asal Palembang salah satunya. Siswa yang terpilih mengikuti ajang ini, bertinggi badan 155cm tersebut mengalami peningkatan berat yang cukup berarti karena pola makan dan latihan fisiknya yang selalu dijaga.

Turut ikut serta pula, manajer CSR PT Pertamina (Persero), Ifki Sukarya dalam mendampingi siswa–siswa Pertamina Soccer School berkompetisi pada ajang ini. Adapun siswa–siswa

Pertamina yang terpilih sebagai pemain inti adalah Ilham Bagus, Reza Erlangga, Saputra, Mustofa, Fauzan Adzima, Robyandika, M. Bagus DS, M. Alfian Ardiansyah, Elang Anindita, Mohammad Krisna, Muh. Rabdi R., dan dua pemain cadangan, yakni Evan Heinrie dan Julius Omsel.

“Pertandingan berskala internasional ini diharapkan juga dapat menjadi pengalaman yang berarti bagi anak-anak yang ikut bertanding agar dapat mencuri ilmu positif dari lawan mainnya” ujar Ali Mundakir selaku *Vice President Corporate Communication* PT Pertamina (Persero)

Pertamina berharap dengan terpilihnya beberapa anak mengikuti ajang internasional ini dapat memotivasi anak-anak lainnya untuk berjuang lebih keras sehingga semakin banyak ajang internasional lain yang dapat diikuti tahun berikutnya. Marilah kita dukung siswa-siswa Pertamina Soccer School dalam ajang ini agar dapat semakin menjadi anak Indonesia yang berkualitas ke depannya. Ikuti terus perkembangan pertandingan ini melalui akun twitter kami @PSS_ID.

Tentang Pertamina dan Pertamina Soccer School

Pertamina merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang minyak, gas, dan energi. Di usia Pertamina yang menginjak usia 55 tahun, Pertamina berupaya terus menunjukkan komitmen pengabdianya bagi tanah air melalui tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Salah satu kegiatan tanggung jawab sosial Pertamina adalah didirikannya sekolah sepak bola Pertamina.

Pertamina Soccer School merupakan sekolah sepak bola yang didirikan Pertamina sejak 15 September 2012. Pertamina Soccer School memberikan beasiswa berupa pelatihan sepak bola dan pendidikan formal selama tiga tahun. Audisi untuk angkatan pertama telah dilangsungkan sejak bulan Juni 2012 dan berhasil merekrut 24 anak yang berasal dari kalangan tidak mampu, namun berbakat dalam bidang sepak bola.

Informasi lanjutan hubungi

Dewi – *Media Relations Officer*

+6281399378833

dewi@pertamina.com

Lampiran 10

Materi Talking Point Exclusive Interview

TALKING POINT

Exclusive Interview

Jakarta, 16 Desember 2013

- Materi talking point Direktur Utama
 1. Dalam rangka HUT Pertamina ke-56, Pertamina ingin semakin menunjukkan komitmen tingginya dalam melaksanakan inisiatif tanggung jawab sosial yang senantiasa dilakukan. Salah satunya adalah melalui program Pertamina Soccer School.
 2. Dana yang dikeluarkan dalam membangun sekolah sepak bola yang berkualitas tidaklah sedikit, Pertamina telah menginvestasikan dananya miliaran rupiah untuk mendirikan Sekolah Sepak Bola Pertamina sehingga diharapkan hasilnya benar-benar dapat membawa perubahan yang signifikan bagi kemajuan sepak bola tanah air.
 3. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina membuka peluang untuk mewujudkan mimpi anak-anak Indonesia yang berbakat dalam bidang sepak bola, namun tidak memiliki cukup biaya. Para siswa Pertamina Soccer School angkatan pertama ini berasal dari berbagai propinsi dan kota kecil di Indonesia. Selain asal daerah, mata pencaharian orang tua mereka masing-masing pun juga beragam, mulai dari petani, nelayan, pedagang ikan di pasar, dan buruh pabrik. Pertamina menyambut hangat anak-anak Indonesia lainnya yang berbakat di bidang olahraga sepak bola, namun tidak memiliki cukup biaya untuk masuk ke sekolah sepak bola, untuk mengikuti kegiatan ini pada angkatan berikutnya.
 4. Melalui Pertamina Soccer School, Pertamina berharap dapat mengasah potensi anak-anak Indonesia sehingga tercipta atlet nasional berkualitas yang mampu bersaing di kancah internasional guna mengharumkan nama Indonesia. Pertamina Soccer School secara aktif mengikutsertakan siswa-siswanya untuk mengikuti ajang-ajang berskala internasional. Salah satunya adalah AC Milan Junior Championship. Pertamina juga khusus

mendatangkan pelatih asal klub bola raksasa AC Milan, agar para siswa terbiasa dengan pola dan strategi permainan berskala internasional.

5. Pertamina berharap ke depannya dapat terus menjaring lebih banyak lagi bakat berkualitas untuk masuk ke Pertamina Soccer School supaya lebih banyak lagi anak-anak Indonesia yang dapat mengharumkan nama Indonesia di bidang sepak bola.
6. Segecap pimpinan dan manajemen Pertamina mendukung penuh kegiatan Pertamina Soccer School guna membuktikan bahwa derajat pemain Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata oleh dunia internasional.

Lampiran 15
Feedback Form

Feedback Form

1. Apakah Anda tertarik dengan tema yang dibawakan?
.....
.....
 2. Menurut Anda, apakah acara ini sudah mengundang narasumber yang tepat dan sesuai dengan tema?
.....
.....
 3. Menurut Anda, apakah materi yang dibawakan oleh narasumber telah sesuai dengan tema ?
.....
.....
.....
 4. Menurut Anda, apakah lokasi dilangsungkannya acara ini sudah strategis ?
.....
.....
- Menurut Anda, apakah waktu diadakannya acara ini telah tepat ?

.....
.....

Lampiran 16

Survei

Survei

Nama :
Jenis Kelamin :
Jenis media :

1. Adakah perubahan pengetahuan setelah Anda mengikuti seluruh rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School? Jika Ya, sebutkan alasan Anda.

.....
.....

2. Apakah melalui serangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School ini Anda menjadi paham mengenai serba-serbi kegiatan Pertamina Soccer School?

.....
.....

Sumber media apakah yang Anda pilih untuk mencari informasi akurat mengenai program Pertamina Soccer School?

.....
.....

3. Bagaimana Anda memandang peranan hadirnya program Pertamina Soccer School terhadap perkembangan sepak bola Indonesia?

.....
.....

4. Bagaimana pendapat Anda terhadap tenaga *media relations* Pertamina Soccer School dalam menyampaikan informasi?

.....
.....

5. Saran dan kritik bagi seluruh rangkaian kegiatan *media relations* Pertamina Soccer School