



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Program praktik kerja magang yang dilakukan penulis selama kurang lebih selama 5 bulan, difokuskan sesuai dengan program studi yang penulis pelajari di Universitas Multimedia Nusantara, yakni *Strategic Communication*. *Parador Hotels and Resorts*, terdapat divisi *Corporate Communication* yang berfungsi sebagai garda terdepan bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan keperluan perusahaan sebelum disampaikan dan disebarakan ke unit-unit *hotel* yang bernaung dibawah perusahaan. Dalam divisi *Corporate Communication*, terdapat *Marketing Communication* dan *Graphic Designer* yang kemudian bertugas saling mendukung guna melancarkan kebutuhan komunikasi perusahaan.

Pada saat melakukan praktek kerja magang, penulis dibimbing oleh supervisi team *Marketing Communication*. Selama magang di *Parador Hotels and Resorts*, penulis diminta untuk membantu menyelesaikan beberapa tugas yang ada dari team *Marketing Communication* antara lain mengelola akun media sosial dari Fame Hotel Gading Serpong dan akun media sosial dari Fame Hotel yang mewakili Hotel Fame di Indonesia. Perencanaan *event* untuk Paramount Land, berpartisipasi dalam berbagai *event*, membuat rancangan *event*, mengajak berbagai komunitas yang ada untuk bekerja sama dengan *hotel* Fame dan melakukan pekerjaan lain yang berkaitan dengan kebutuhan dari aktivitas *Marketing Communication* juga menjadi bagian dalam tugas penulis sebagai intern. Dalam melaksanakan praktek kerja magang, penulis tidak hanya berkoordinasi dengan pihak internal melainkan penulis juga sering berkoordinasi dengan pihak-pihak eksternal seperti *Marketing Communication* setiap *unit hotel* yang ada di area Gading Serpong.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjadi bagian dari divisi *Marketing Communication*, penulis memiliki beberapa tugas wajib yaitu :

Media Sosial :

1. Memantau media sosial *unit hotel* terkait sudah atau belumnya dijalankan *social media plan*.
2. Memegang akun Instagram @FameHotelSerpong dan @Fame_Hotels. Didalamnya termasuk mengunggah konten dan memperbaharui akun secara rutin maupun berkala.

Event Paramount Land :

1. Melakukan *meeting* terkait *event* dari Paramount Land yang akan diselenggarakan.
2. Membuatkan laporan dan proposal dari hasil *meeting* untuk diajukan ke Paramount Land.
3. Membantu mencari *sponsorship* dan *meeting* dengan calon *sponsorship*.

Event H3J :

1. Mencari lokasi acara.
2. Menghubungi para PR hotel di Jakarta.
3. Mempersiapkan *merchandise*.
4. Menjadi operator acara.
5. Menjadi *photographer*.

Event Ground Breaking :

1. Mempersiapkan *merchandise*.
2. Mempersiapkan keperluan acara.
3. Membantu kelancaran acara dengan menyiapkan keperluan.

Event Media Gathering :

1. Mempersiapkan *merchandise*.
2. Mempersiapkan keperluan acara.
3. Membantu kelancaran acara dengan menyiapkan keperluan.
4. Menjadi *photographer*.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan aktivitas kerja magang, penulis menjalankan tugas yang berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh *Marketing Communication* dalam dunia perhotelan. Dalam menjalankan tugasnya sebagai *Marketing Communication Intern*, penulis dibimbing oleh Tiffany Siantono dan Pramita Sari. Beberapa tugas yang diberikan kepada penulis adalah memantau media sosial *unit hotel*, menggunggah konten dan memperbaharui akun secara rutin maupun berkala, melakukan *meeting* terkait *event* dari Paramount Land yang akan diselenggarakan, membuat laporan dan proposal dari hasil *meeting*, Membantu mencari *sponsorship* dan *meeting* dengan calon *sponsorship*.

Tabel 3.1 Timeline kerja magang

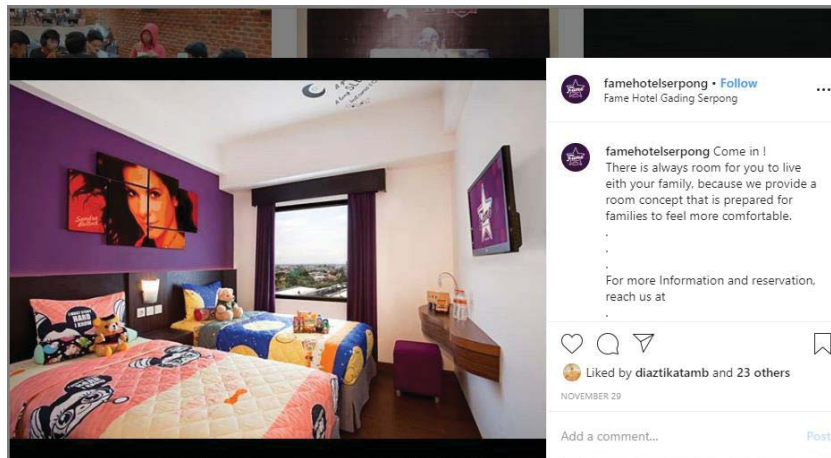
No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Agustus				September				Oktober				November				Desember													
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4										
1	A. Pra-Event	1. Meeting dengan Paramount land terkait konsep. 2. Membuat proposal <i>sponsorship</i> . 3. Mencari kontak perusahaan untuk <i>sponsorship</i> . 4. Menghubungi perusahaan. 5. Meeting dengan pihak perusahaan terkait <i>sponsorship</i> .																														
			B. Event	1. Membantu kelancaran acara sebagai PIC dititik <i>Check Point</i> . TIDAK ADA																												
					C. Post Event	Event H3J																										
							A. Pra-Event	1. Mencari lokasi acara. 2. Menghubungi para PR hotel di Jakarta. 3. Mempersiapkan <i>merchandise</i> .																								
									B. Event	1. Menjadi operator acara. 2. Menjadi <i>photographer</i> . TIDAK ADA																						
Event Ground Breaking	A. Pra-Event	1. Mempersiapkan <i>merchandise</i> . 2. Mempersiapkan keperluan acara. 1. Membantu kelancaran acara dengan menyiapkan keperluan. TIDAK ADA																														
			B. Event	1. Mempersiapkan <i>merchandise</i> . 2. Mempersiapkan keperluan acara.																												
					C. Post Event	Event Media Gathering																										
4	B. Event	1. Membantu kelancaran acara dengan menyiapkan keperluan. 2. Menjadi <i>photographer</i> . TIDAK ADA																														
			A. Pra-Event	1. Mempersiapkan <i>merchandise</i> . 2. Mempersiapkan keperluan acara.																												
					C. Post Event	Media sosial konten																										
5	Media sosial konten	1. Membuat konten. 2. Mengunggah konten.																														

3.3.1 *Social Media Specialist*

selama melakukan aktivitas magang, penulis melakukan tugas yang berkaitan dengan media sosial. Penulis dipercayai untuk mengatur dua akun media sosial Instagram milik Hotel Fame Serpong. Dikedua akun tersebut, penulis harus mengunggah foto beserta dengan *caption* disetiap harinya. Hal tersebut bertujuan agar menambah koleksi foto, menambah pengikut dan memberikan informasi kepada pengikut akun media sosial Hotel Fame Serpong tentang fasilitas apa saja yang disediakan. Menurut Gioglio Jessica (2014, h.43) Dalam penggunaan media sosial, semakin banyak perusahaan dapat menggunakan agregator untuk menemukan konten visual yang mengilhami yang memicu konversi dan keterlibatan, semakin baik. Seperti yang tertulis dalam kutipan tersebut, penulis setiap harinya membuat konten yang menarik dengan berisikan visual agar banyak orang yang tertarik. Visual yang dipilih juga selalu berbeda disetiap harinya dengan tujuan agar orang-orang tidak merasa bosan.

Selain itu, Menurut Coombs, dkk (2016, h.13) Fungsi media sosial adalah menggunakan media sosial sebagai sarana metodologis untuk mendapatkan wawasan tentang apa yang merupakan inti dari praktik *public relations*, yaitu bagaimana konsultan *public relations* menentukan identitas, peran, dan praktik mereka sendiri. konten yang diunggah merupakan gambaran dan cerminan dari Hotel Fame sendiri, karena foto yang ada diambil langsung dari keadaan yang ada ditempat hotel tersebut.

Gambar 3.1 Foto upload media sosial Instagram @FameHotelSerpong



Sumber : www.Instagram.com/@FameHotelSerpong

3.3.2 Event

Dalam aktivitas magang, penulis juga dilibatkan dalam perancangan *event* Paramount Land. Perancangan dilakukan dari penyusunan konsep hingga hari kegiatan berlangsung dan evaluasi. Menurut Goldblatt (2005, h.15) *Event management* merupakan fungsi yang membutuhkan perakitan manusia untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni. Penulis ikut serta dalam memberikan ide konsep acara Paramount Land. Kemudian, saat sudah ditentukannya konsep acara yang akan dilaksanakan, penulis membantu dalam pembuatan proposal acara dan juga proposal untuk *sponsorship*. Ketika hasil dari proposal telah disetujui, penulis diminta untuk membantu mencari referensi *sponsorship* untuk *event* Paramount Land.

Dalam membangun *event*, menurut Goldblatt (2010,h42) terdapat tahapan yang harus dilakukan, yaitu:

Pre-event

4. *Research*

Research yang dilakukan dengan tepat, dapat mengurangi resiko kegagalan dalam *event*. *Research* dilakukan sebelum *event* berlangsung

untuk menunjukkan dengan tepat *needs*, *wants*, *desire*, dan *expectations* calon pelanggan. Untuk dapat merencanakan *event* yang tepat dengan *audience* tersebut. Dalam tahap ini, penulis dan tim yang terkait mengumpulkan informasi dari masyarakat sekitar untuk mengetahui cocok atau tidaknya konsep *event* yang akan diselenggarakan dan untuk dipertimbangkan kembali. Proses pengumpulan informasi yang dilakukan berupa proses wawancara langsung kepada masyarakat sekitar dan melakukan penyebaran kuisioner kepada seluruh staff dari Paramount Land.

Wawancara yang dilakukan penulis dengan memberikan beberapa pertanyaan seperti:

1. Apakah anda tertarik jika diadakan sebuah acara olahraga di area Gading Serpong?
2. Menurut anda olahraga seperti apa yang cocok untuk dilakukan?
3. Jika akan ada biaya pendaftaran, berapa besar biaya yang anda relakan untuk pendaftaran?
4. Menurut anda lebih baik mengadakan acara pada pagi hari atau sore hari?
5. Dalam paket pendaftaran, apa yang anda harapkan?
6. Apakah anda mengharapkan hadiah atau *door prize* pada acara tersebut? Jika iya, hadiah seperti apa yang diharapkan?

Terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner, seperti :

1. Jika Paramount Land mengadakan acara olahraga, apakah anda berminat untuk mengikuti kegiatan tersebut?
2. Acara seperti apa yang anda harapkan?
3. Menurut anda, apakah perlu Paramount Land mengadakan acara dalam skala besar untuk masyarakat?

5. *Design*

Design bertumpu pada kemampuan para pelaksana acara dalam berkarya untuk membangun pengalaman yang lain bagi para *audience*, agar tercipta kesan positif. Tahap *design* adalah membangun konsep acara yang ingin dilaksanakan, seperti penentuan *venue*, *tema*, dan lain-lain. membantu dalam memberikan ide mengenai *venue* dan tema apa yang akan di bangun. Dalam tahap ini penulis ikut serta dalam pemberian ide-ide terkait dengan acara tersebut. Proses yang dilakukan penulis adalah mengikuti *meeting* dengan para petinggi Paramount Land, PR hotel-hotel di Gading Serpong dan PR dari Parador Hotels and Resorts. Dalam meeting tersebut, penulis juga ikut dalam pemberian ide tema acara, tempat yang akan diselenggarakan, rute dari acara tersebut, biaya pendaftaran, jenis *event* yang dilakukan dan jenis dari *door prize* yang harus disediakan. Penulis mengikuti *meeting* beberapa kali sampai sudah ditetapkannya seluruh pilihan yang ada dan setelah itu, penulis membuatkan proposal acara dan juga proposal *sponsorship* untuk digunakan oleh Paramount land dan juga Parador Hotels and Resorts. Setelah proposal sudah disetujui, maka penulis juga mencari nomor dari perusahaan yang akan diajak bekerja sama dan penulis juga menghubungi perusahaan untuk bekerja sama lewat *email* dan telepon. Tidak sampai disitu, penulis juga mengikuti tahap *meeting* dengan para calon *sponsorship* untuk melakukan negosiasi terkait paket *sponsorship* yang ada.

6. *Planning*

Planning dilakukan memerlukan pertimbangan yang cukup banyak, karena mudah dipengaruhi oleh perubahan eksternal dan akhirnya sering mengalami beberapa perubahan, pengurangan, dan penambahan. *Planning* dapat dipengaruhi dari luar, seperti saran dan kritikan dari anggota yang akan mengadakan acara tersebut. Dalam *event* ini, pemilihan anggotanya dipilih langsung oleh *Human Capital* dan penulis

juga ikut serta dalam pembagian anggota yang ditugaskan pada hari acara. Pembagiannya sendiri meliputi *staff* dari Parador Hotels and Resorts, Bethsaida, Hotel-hotel di Gading Serpong dan juga Paramount Land. Penempatan tersebut dilakukan agar dapat terorganisir dengan baik dan tidak ada titik lokasi yang tidak ada pic atau *staff* yang bertugas.

Event

2. Coordination

Dalam melakukan *event*, seorang manajer *event* harus dapat mengkoordinasi setiap pihak - pihak pelaksana *event* sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan. Koordinasi dalam sebuah *event* sangat penting, agar *event* dapat berjalan dengan sukses. Sehingga, dapat meningkatkan citra perusahaan. Tahap *coordination*, merupakan tahap *event* sedang berlangsung dan PR berperan sebagai koordinator dalam sebuah *event*. Dalam *event* tersebut, penulis menjadi anggota yang memiliki *jobdesk* sendiri. Penulis juga bertanggung jawab untuk melaporkan apakah acara berjalan dengan lancar, karena penulis ditempatkan di beberapa titik untuk memastikan *event* berjalan sesuai dengan *rundown* dan penulis juga bertugas untuk mengkoordinasikan para pic atau *staff* yang ada untuk melakukan perpindahan tempat sesuai dengan yang sudah ditetapkan.

Post-event

2. Evaluation

Setiap acara yang sudah dilaksanakan, harus diadakan evaluasi. Evaluasi dilaksanakan guna mengukur tingkat keberhasilan suatu acara. Dalam tahap ini, penulis tidak melakukan *evaluation*. Hal tersebut karena dari perusahaan sendiri tidak melakukan hal tersebut.

Sponsorship merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan yang akan mengadakan sebuah *event*, karena dengan adanya *sponsorship* akan

menambah persentase keberhasilan sebuah event. Dalam hubungan kerja-sama atau *sponsorship* akan ada banyak kemungkinan yang diterima. Perusahaan bisa saja merima bantuan berupa *fresh money* dari para sponsornya atau bisa juga berupa barang-barang sebagai pendukung untuk acara tersebut. Tetapi pada dasarnya, apapun yang diterima perusahaan dari para sponsornya, akan memberikan dampak yang baik untuk acara tersebut. Kotler (2016, h.627) Memilih acara karena banyaknya peluang *sponsorship* dan biaya yang besar, banyak pemasar menjadi lebih selektif. Acara harus memenuhi tujuan pemasaran dan strategi komunikasi yang ditentukan untuk merek. Dalam proses pencarian *sponsorship*, penulis mulai dari mengirim *email* ke perusahaan dan menelepon langsung ke perusahaan tersebut agar dapat cepat mendapatkan respon.

Setelah itu, penulis melakukan *meeting* dengan beberapa perusahaan terkait *sponsorship* untuk menghasilkan kesepakatan yang baik untuk kedua belah pihak. *Meeting* tersebut bertujuan untuk menjelaskan secara detail serta membujuk calon *sponsorship* agar ikut ambil bagian dalam acara. Hasil dari negosiasi dengan perusahaan akan diajukan ke *corporate director of communication* untuk dirundingkan kembali mengenai kesanggupan dari yang diminta. Setelah mendapatkan hasil, penulis mengirimkan *feedback* ke calon *sponsorship* mengenai diterimanya atau tidak kesepakatan yang telah dibuat.

Menurut Menurut Goldblatt (2014, h. Xvii) Sifat *event* secara khusus adalah menghubungkan orang-orang melalui kegiatan bersama. Kegiatan yang diadakan sejalan dengan teori menurut Goldblatt, karena Paramount Goves sendiri memang mengajak para masyarakat sekitar dan keluarganya untuk mengikuti acara tersebut dan saat berlangsungnya acara, banyak dari para peserta yang ikut bersama keluarganya. Tidak hanya sampai dikeluarga, tetapi para peserta yang hadir juga saling berinteraksi satu sama lain dan saling bertukar informasi. Hal tersebut menciptakan hubungan baru antar pribadi yang berkemungkinan dapat terus terjalin walaupun acara sudah berakhir.

Saat *event* berlangsung, penulis ikut serta dalam keberlangsungan *event*. Penulis bertugas untuk menjaga pos yang telah disediakan selama acara. *Event* tersebut bernama Paramount Gowes yang bergerak dalam bidang kesehatan. Para peserta yang mengikuti diwajibkan membawa sepeda masing-masing dan saat dimulai, para peserta mulai secara bersamaan dengan mengikuti rute yang telah disediakan sepanjang 15 kilometer. Pos yang disebar di beberapa titik merupakan tempat *checkpoint* bagi para peserta untuk meminta stempel kepada para tim *event*. Stempel tersebut berguna untuk peserta bisa mendapatkan *doorprize* yang telah disediakan oleh Paramount Land dalam acara Paramount Gowes. Bagi para peserta yang lengkap mengumpulkan stempel di setiap posnya, maka peserta tersebut berhak mendapatkan *doorprize* jika terpilih. Penulis bertugas sebagai tim yang memberikan stempel ketika para peserta akan melewati pos yang sedang dijaga dan juga penulis bertugas untuk memberikan informasi kepada *coordinator* tentang keadaan di tempat berjalan baik atau tidak.

Penulis ikut serta dalam membantu acara yang diadakan, seperti *Event Ground Breaking*, *Event H3J*, *Event Media Gathering*, dan lain-lain. *Event Ground Breaking* sendiri merupakan sebuah rangkaian *event* peresmian untuk memulainya pembangunan unit hotel terbaru yang diluncurkan di BSD. Acara tersebut dihadiri langsung oleh CEO Parador Hotels and Resorts, *Corporate Director of Public Relation*, dan juga Owner dari *brand* itu sendiri. Penulis memiliki tugas untuk mempersiapkan segala keperluan yang dibutuhkan berserta dengan *merchandise* dan kemudian harus disiapkan pada lokasi *event* berlangsung.

Event H3J merupakan sebuah rangkaian *event* rutin yang dilakukan setiap tahunnya dengan tujuan untuk mempererat hubungan antara PR hotel di Jakarta, serta juga untuk melakukan kegiatan sosial pada orang yang kurang mampu atau kepada panti asuhan dengan memberikan sumbangan-sumbangan yang telah dikumpulkan dari hotel-hotel di Jakarta. Pada *event* ini, penulis

berkesempatan untuk ikut serta dan bertugas untuk mempersiapkan segala keperluan yang ada dan juga menjadi operator selama acara berlangsung untuk memastikan jika acara berjalan lancar dan sesuai dengan *rundown*. Selama *event* berlangsung, sesekali penulis menjadi *photographer* untuk mengabadikan *moment-moment* penting. Hal tersebut karena, *event* H3J juga mengundang para media untuk datang dan meliput dari kegiatan tersebut.

Media Gathering juga menjadi sebuah *event* wajib yang dilakukan setiap tahunnya dengan mengundang seluruh media yang menjadi rekanan perusahaan. Hal tersebut bertujuan agar tetap terjalinnya hubungan yang baik dan kedepannya dapat terus memberikan informasi yang baik terkait perusahaan kepada masyarakat. Dalam *event* tersebut, penulis juga ikut berperan mulai dari sebelum *event* berjalan hingga dihari *event* diadakan. Sebelum *event* berjalan, tentunya penulis menyiapkan *merchandise* untuk dibagikan kepada media yang hadir, lalu penulis juga menyiapkan keperluan-keperluan penting yang akan digunakan dihari berlangsungnya *event* dan juga penulis menghubungi para media sebelum hari berlangsungnya *event* guna untuk mengingatkan agar seluruh undangan dapat hadir. Dihari berlangsungnya *event*, penulis juga bertugas untuk membantu kelancaran acara. Tugas yang dikerjakan oleh penulis yaitu, mencatat seluruh media yang hadir dan memberikan *merchandise*, membantu Ibu Pramita selaku *Corporate Director of Public Relation* dalam mengatur *rundown* agar *event* tidak terjadi kemunduran waktu.

3.4 Kendala Proses Kerja Magang

Dalam menjalani praktik kerja magang, fungsi dari marketing communication Parador Hotels and Resorts tidak berjalan dengan maksimal. Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis dan juga tim internal dari Parador Hotels and Resorts, seperti :

1. Kurang komunikasi antar unit hotel dengan tim *marketing communication* Parador Hotels and Resorts.

Dalam mengatur konten media sosial, sering kali pihak hotel melepaskan tanggung jawab mereka untuk mengunggah foto-foto dari kegiatan yang berlangsung dan sering kali mengandalkan tim *marketing communication* Parador Hotels and Resorts untuk mengunggah konten tersebut beserta dengan *caption*-nya.

2. Kurangnya sumber daya manusia.

Dalam menjalankan tugasnya sebagai *marketing communication*, sering kali terjadinya *over lapping* yang mengakibatkan tidak maksimalnya hasil kerja dan terbengkalainya tugas-tugas kecil yang tetap harus selesai dikerjakan.

3.5 Solusi

Solusi yang harus dilakukan oleh pihak Parador Hotels and Resorts adalah perlu mengkaji ulang tentang adanya penambahan sumber daya manusia, agar dapat memaksimalkan pekerjaan yang ada dan juga perlu lebih memonitor pihak unit hotel serta memberikan *jobdesk* jelas kepada mereka agar tidak terjadinya *miss communication* dan pelepasan tanggung jawab pekerjaan.