Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan koordinasi

Penempatan program kerja magang disesuaikan dengan program studi mahasiswa. Karena penulis adalah mahasiswa komunikasi jurusan *Public Relations*, maka ruang lingkup yang sesuai di dalam perusahaan adalah *Public Relations Division.*

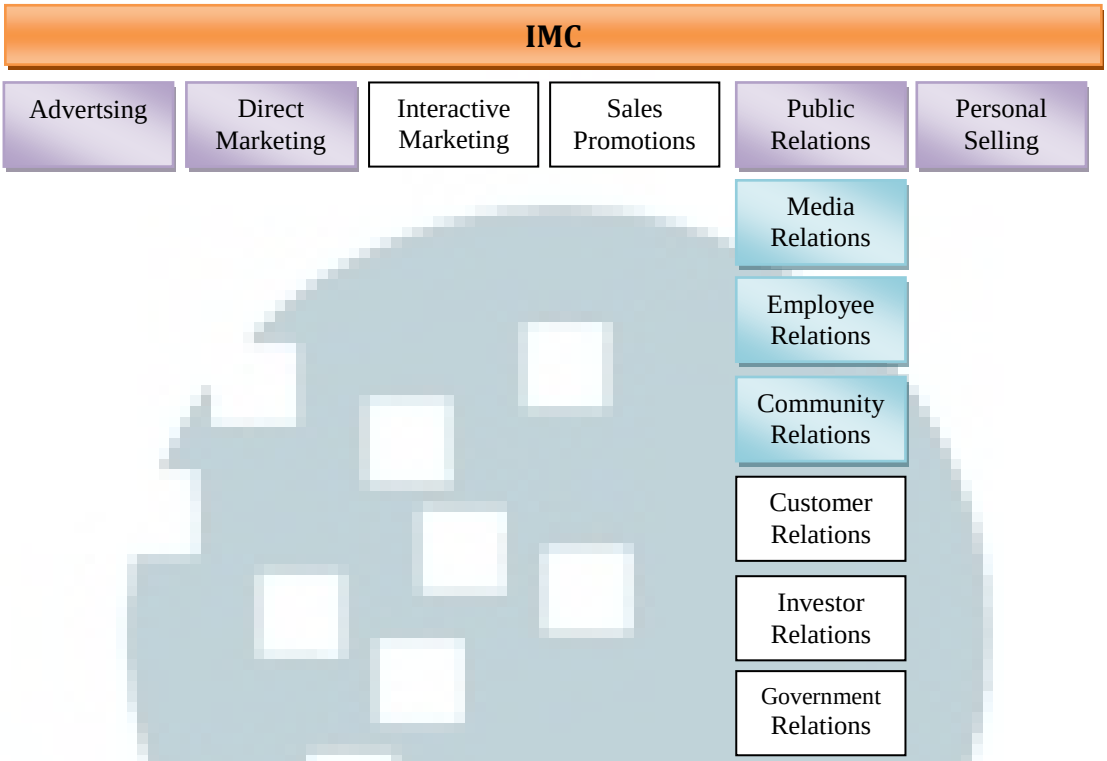
Koordinasi selama proses kerja magang berlangsung, berada di bawah bimbingan Ari Eka Putri selaku *Public Relations Manager* Hotel Santika Premiere KHI Bekasi. Penulis ditempatkan pada posisi *Trainee Departement Public Relations*, selama kerja magang berlangsung. Selama tiga bulan itu pula, penulis diberikan kesempatan untuk mempelajari dan mengikuti kegaiatan IMC, diantaranya *advertising, direct marketing, personal selling,* dan *Public Relations,* yaitu kegiatan *Media Relations, Employee Relations, Community Relations,* dan *Event.*

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama tiga bulan melaksanakan program kerja magang, penulis diberikan kesempatan untuk membantu mengerjakan dan menjalankan beberapa program rutin PR Hotel Santika Premiere KHI Bekasi, dengan menerapkan ilmu pengetahuan mengenai PR yang dimiliki penulis.

PR di Hotel Santika Premiere KHI Bekasi, menerapkan program *Integrated Marketing Communications*, diantaranya *advertising, direct marketing, public relations,* dan *personal selling.* Selain itu, event juga diterapkan oleh PRM hotel. Dari beberapa kegiatan PR yang dijalankan oleh Hotel Santika Premiere KHI Bekasi, penulis berkesempatan untuk turut terlibat dalam beberapa kegiatan PR yang akan digambarkan pada tabel berikut.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014



Bagan 3.1 Struktur *Integrated Marketing Communications* (Belch & Belch, 2009: 26) dan Kegiatan *Public Relations* (Lattimore, 2007: 345)

Keterangan :

- Kegiatan IMC yang dijalanan oleh Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi
- Kegiatan PR yang dijalankan oleh Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi

3.2.1 *Advertising*

Menurut pendapat Belch & Belch (2009: 5), *advertsing* adalah semua bentuk komunikasi non pribasi yang memberitahukan tentang organisasi, produk, jasa, atau ide, dan dibayar oleh sponsor yang jelas. Media yang digunakan untuk beriklan dapat berupa media elektronik, media cetak, maupun media internet.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi membuat iklan melalui media cetak, yaitu majalah dan koran. Dalam membuat *advertising*, PR mengambil bahan yang sudah diberikan oleh Grahawita Santika. Lalu diberikan ke *designer* hotel untuk pengeditan, karena setiap ukuran dalam media berbeda-beda. Setelah selesai, hasilnya dikirim melalui *e-mail* ke media yang dituju.

3.2.2 *Direct Marketing*

Pengertian pemasaran langsung *(direct markering)* menurut Kotler (2007: 320) adalah sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media untuk mempengaruhi suatu tanggapan atau transaksi terukur pada lokasi manapun.

Beberapa kegiatan *direct marketing* yang dilakukan oleh PR Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi yaitu melalui *online channel*, media sosial *Twitter* Hasana Damai Putra Group dan media cetak *banner* dan *flyer* yang akan dijelaskan lebih kelas di sub – sub uraian.

Hotel Santika Premiere tidak memiliki *Twitter* sendiri, sehingga seluruh pemasaran memalului *Twitter* dilakukan oleh PR Hasana Damai Putra, yaitu @Kota_HI, dimana *owner* dari perusahaan tersebut adalah *owner* Hotel Santika Premiere Kota Harapan Indah Bekasi. Sehingga, untuk membuat publikasi, PR membuat *content* yang ingin dipublikasikan, lalu di kirim melalui *email* ke PR Hasana Damai Putra. Selanjutnya, PR Hasana Damai Putra yang akan mempublikasikan.

3.2.3 *Public Relations*

Public Relations menurut *Foundation for Public Relations Research and Education* (2009: 31) adalah salah satu fungsi manajemen yang menjadi jembatan antara perusahaan atau organisasi

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

yang menjadi jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Sedangkan menurut Cutlip (2010: 7), *Public Relations* adalah usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertangung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan.

. Aktivitas PR yang dilakukan oleh PR Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi, antara lain :

1. *Media Relations*

Pengertian *media relations* menurut Iriantara (2008: 32) adalah salah satu dari kegiatan PR eksternal yang bertujuan untuk membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa., sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya, demi mencapai tujuan organisasi.

Melalui *media relations,* keberhasilan suatu organisasi juga dicapai berkat membangun hubungan baik dengan media, karena jika hubungan baik terjalin, media dapat mempublikasikan berita kegiatan dari organisasi. Berita yang dipublikasikan juga positif serta netral jika pemberitaannya negatif.

Beberapa kegiatan *media relations* yang dijalankan oleh PR Hotel Santika Premiere KHI Bekasi, yaitu

a. Media Database

Database menurut Gordon C. Everest adalah koleksi atau kumpulan data yang mekanis, terbagi*/shared*, terdefinisi secara formal dan dikontrol terpusat pada organisasi. Jadi *media database* adalah kumpulan data mengenai media dan hal ini sangat diperlukan oleh setiap PR agar memudahkan PR dalam pekerjaannya. Kegiatan ini dilakukan dengan

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

memisahkan seluruh kartu nama media, yang terbagi menjadi media cetak, media internet, media televisi dan radio. Setelah dipisahkan, data seluruh kartu nama dimasukan ke dalam *Microsoft Excell* dan *email* PR Manager. Data berupa nama, nama perusahaan, jabatan, nomor telepon atau *handphone*, email atau pin BBM, dan alamat perusahaan.

b. Media Entertain

Kegiatan ini biasa disebut juga dengan menjamu media. Jadi jika media sedang mengunjungi hotel, yang dilakukan pertama kali adalah menjamu mereka dengan mengajak media berbincang. Biasa dilakukan di *coffee shop* atau *restaurant*, sambil menyicipi *food & beverage* hotel. Kegiatan ini sekaligus untuk menjalin hubungan baik dengan media.

c. Media Monitoring

Media monitoring atau pemantauan media adalah kegiatan memonitor media yang dilakukan oleh PR mengenai berita ataupun iklan. Tidak hanya media cetak seperti majalah dan koran, tetapi *online media* juga di *monitoring* oleh PR.

Menurut Michaelson dan Griffin (2005), tujuan aktivitas *media monitoring* adalah menemukan dan mengantisipasi atau mencegah pemberitaan mengenai perusahaan. Kegiatan ini didasari oleh keinginan untuk mencari hal yang berkaitan dengan perusahaan.

Kegiatan ini dilakukan setiap pagi, yaitu memantau pemberitaan di media cetak atau media internet mengenai hotel. Setiap pagi, *security* hotel akan memberikan koran ke kantor PR. Lalu, setiap pagi

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

PR memantau berita di koran tersebut, selanjutnya memantau berita di internet.

d. *Media Reporting*

Kegiatan ini dilakukan jika terdapat berita mengenai Hotel Santika KHI Bekasi. Maka berita tersebut di *screenshot*, untuk selanjutnya disebarkan ke seluruh internal perusahaan. Berita tersebut dikirim melalui *email*, berupa gambar dan link jika berita berasal dari media internet.

e. *Media Clipping*

Kegiatan ini dilakukan jika terdapat berita mengeni perusahaan, gambar dari *screenshot* tersebut di *print*, lalu dimasukan ke dalam *file* yang telah disediakan.

f. *Press tour*

Press Tour adalah kegiatan mengajak pers untuk melakukan perjalanan wisata sambil menyampaikan informasi penting mengenai perusahaan. Kegiatan ini dilaksanakan jika ada kegiatan-kegiatan seperti promosi atau kegiatan rutin, peristiwa penting, peresmian perusahaan, *launching product*, dan event lainnnya. Dengan dilakukannya kegiatan ini, manfaat yang didapatkan perusahaan, antara lain meningkatkan citra perusahaan, menjalin dan berhubungan baik dengan media, mendapatkan pemberitaan gratis, dan dapat membantu jika perusahaan terkena musibah atau pemberitaan negatif, Karena media dapat memberitakan berita tersebut dengan netral.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

Kegiatan *Press Tour* yang dilakukan Hotel Santika Premiere KHI adalah dengan mengundang media untuk mengikuti kegiatan *event* yang dilakukan atau mencoba langsung promosi *food & beverage* hotel. Sehingga media dapat merasakan langsung kegiatan tersebut, yang selanjutnya dibuatkan publikasi mengenai promo atau *event* yang sedang dijalankan. Selain media mengikuti kegiatan tersebut, adapula kegiatan wawancara yang dilakukan oleh media ke *PR Manager*, *General Manager*, ataupun *F&B Manager*.

g. Press Release

Menurut Soemirat dan Ardianto (2004), *press* release adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh PR suatu perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut. Penulisan *press release* dapat dimuat apabila penulisannya dengan gaya piramida terbalik, yaitu membuat *lead* terlebih dahulu sebagai paragraph pertama yang mengandung unsur 5W (*what, when, where, why*) + 1H (*How*).

Kerap kali *press release* dibuat jika ada sebuah promosi atau *event* di hotel. *Press Release* ini dibuat beberapa hari sebelum promo atau acara di lakukan. Namun, jika *press release* mengenai *event*, *press release* dibuat sebeum *event* berjalan namun diberikan ke media saat *event* berjalan. Jika mengenai promosi, *press release* diberikan melalui *e-mail*. Namun jika mengenai *event*, *press release* langsung diberikan

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

berupa *hardcopy* atau jika media minta melalui *e-mail*, maka PR mengirim *email* ke media tersebut.

Tidak hanya *press release*, tetapi beberapa gambar juga diberikan untuk dipublikasikan.

2. *Employee Relations*

Pengertian *employee relations* adalah salah satu bentuk dari kegiatan internal *public relations* yang menitik beratkan kepada hubungan antara pimpinan perusahaan dengan karyawan (H.R Danan Djaja 1985: 26-27). Contoh kegiatan ini, yaitu memanfaatkan hari ulang tahun perusahaan, hari-hari besar keagamaan merupakan kesempatan yang tepat untuk seluruh manajemen berkumpul dan berkomunikasi.

Hotel Santika Premiere KHI Bekasi melakukan kegiatan *employee relations* meolalui *staff gathering* dan *Happy Day*. *Staff Gathering* dilakukan dengan mengambil 2 nama perwakilan yang bersedia untuk menjadi tim yang mengkoordinasi kegiatan *gathering*. Lalu, *voting* dilakukan saat istirahat makan siang di kantin karyawan. *Voting* dilakukan dengan mengambil nama di sebuah box, dimana seluruh internal perusahaan telah memasukan nama yang dipilih untuk menjadi ketua tim. Setelah dibuka di hadapan karyawan, PR mengumumkan siapa yang akan menjadi ketua.

Sedangkan *Happy Day*, yaitu merayakan ulang tahun karyawan di setiap akhir bulan. Misalkan, bagi karyawan yang berulang tahun d bulan Desember, maka akan dirayakan di akhir bulan Desember. Kegiatan ini dilakukan

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

dengan tiup lilin, potong kue, dan makan *buffet* bersama yang dilakukan di kantin karyawan.

3. *Community Relations*

Community Relations menurut Yulianita (1999: 77) adalah kegiatan *public relations* dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat setempat, yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan.

Hotel Santika Premiere KHI Bekasi melakukan kegiatan ini melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* menurut *Business for Social Reponsibility* (, yaitu tanggung jawab sosial perusahaan berarti memastika keberhasilan komersial dalam cara-cara yang menghormati nilai-nilai etis dan menghormati orang, masyarakat, dan lingkungan. Lebih lanjut, mereka menjelaskan definisi ini dengan mengindikasikan bahwa CSR secara khusus memasukan isu-isu yang terkait dengan etika bisnis, investasi masyarakat, lingkungan, kepemerintahan, hak-hak mansia, aktivitas ekonomi, dan tempat kerja.

Kegiatan CSR berupa Donor Darah Ceria, berkerja sama dengan PMI. Kegiatan ini sudah di komunikasikan sebelum bulan September, karena acara ini dilakukan dalam rangka September Ceria di hotel. PR menyebarkan *flyer* di sekitar Harapan Indah Bekasi dan seluruh kamar hotel, lalu memasang *banner*, melalui *Twitter*, dan *Press Release.* Selanjutnya, sehari sebelum *event*, PR sudah berkoordinasi dengan *F&B Manager*, untuk menyediakan makanan dan minuman untuk peserta donor darah ataupun

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

PMI, serta dengan *Engineering Manager*, dalam menyiapkan proyektor sebagai pengganti *banner* di dalam ruangan *Function Room.* Saat hari H, PR sudah datang lebih pagi untuk memeriksa *setting* tempat dan seluruh persediaan makanan dan minuman, apakah sudah siap atau belum. Selanjutnya, menemani PMI untuk menyiapkan seluruh persiapan. Jika sudah ada yang datang, PR memberikan form pendaftaran donor darah, lalu diberikan ke panitia PMI. Setelah peserta selesai, tidak lupa hotel memberika kenang-kenangan berupa *cookies* sebagai ucapan terima kasih telah mendonor. Setelah selesai, pantia PMI diberikan *lunch* dan *goodie bag* dari hotel.

3.2.3 *Personal Selling*

Menurut Philip Kotler (1993: 376), *Personal Selling* adalah potensi lisan dalam pembicaraan dengan salah satu atau lebih calon pembeli untuk tujuan melakukan penjualan.

Di Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi, kegiatan *personal selling* melalui *Sales Blitz*. Tidak hanya PR, namun sales dan divisi lainnya juga bergantian melakukan *sales blitz*. *Sales Blitz* adalah kegiatan penjualan tata muka ke perusahaan – perusahaan sekitar Jakarta Timur dan Bekasi Barat. Kegiatan ini dilakukan sesuai jadwal yang sudah ditentukan oleh perwakilan salah satu sales.

Pada pukul 10.00 WIB, seluruh peserta *sales blitz* sudah harus berangkat ke setia perusahaan yang dituju. Lalu, setelah sampai diperusahaan, peserta *sales blitz* masuk dan meminta untuk bertemu perwakilan perusahaan yang mengurusi hotel untuk mengkomunikasikan mengenai Hotel Santika Premiere KHI Bekasi. Jika tidak ada yang bisa ditemui, cukup meminta *contact person* yang nantinya akan di kontak langsung melalui telepon.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

3.2.4 *Event & Sponsorship*

Event adalah jenis promosi dimana sebuah *brand* dikaitan dengan suatu acara atau tema acara sengaja dikembangkan untuk menciptakan suatu pengalaman untuk konsumen sebagai sarana mempromosikan produk atau jasa.

Sedangkan *sponsorship* adalah salah satu bentuk promosi dengan cara perusahaan memberikan sponsor kepada sebuah acara atau program tertentu, yang memungkinkan konsumen pada saat melihat acara tersebut secara otomatis akan melihat atupun teringat pada produk ataupun perusahaannya.

Adanya keterkaitan antara *event* dan *sponsorship.* Setiap adanya pelaksanaan sebuah event, kerap kali mendapapkan dukungan sponsorship dapat berupa barang ataupun materiil.

Hotel Santika Premiere hingga September 2014 belum pernah melakukan *sponsorship*. Namun, *event* sudah dilakukan diantaranya *Soft Opening Sky Lounge* dan *Cangkrukan Pesisir*. Sebelum acara dilangsukan, PR membuat undangan dan menyebarkan undangan tersebut melalui *e-mail,* TIKI, dan secara langsung. Undangan juga diberikan kepada beberapa sales untuk diberikan ke setiap *client* mereka. Lalu dua hari sebelum acara, PR melakukan *Follow Up* kepada seluruh undangan yang selanjutnya dicatat di dalam *Microsoft Excel.* Sehari sebelumnya, PR berkoordinasi dengan *F&B Manager, Engineering Manager,* dan *House Keeping Manager* untuk menyiapkan segala hal yang perlu disiapkan untuk acara. Pada saat hari H, PR kerap kali menjadi MC untuk memeriahkan acara tersebut. Selain itu, *goodie bag* selalu sudah disiapkan sebelumnya untuk diberikan kepada seluruh tamu undangan, serta media dimana terdapat *press release* di dalamnya.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1. Proses Pelaksanaan

3.3.1.1 *Advertising*

PR Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi membuat iklan melalui media cetak, yaitu majalah Investor, Kabare, Housing Estate, Tabloid Harapan Indah, Journey Indonesia, Resources, dan koran Kompas. Iklan tersebut ada yang berbayar dan *free* karena adanya kerjasama.

Penulis berkesempatan untuk berpartisipasi dalam membantu pembuatan iklan yang dilakukan oleh *designer*, agar sesuai dengan aturan dari PT. Grahawita Santika. Seluruh bahan telah disiapkan oleh PT. Grahawita Santika, sedangkan penulis dan *designer* menyesuaikan dengan majalah atau koran yang dituju.

3.3.1.2 *Direct Marketing*

Beberapa kegiatan *direct marketing* yang dilakukan oleh PR Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi yaitu melalui media sosial *Twitter* Hasana Damai Putra Grup, karena Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi tidak memiliki media sosial. Penulis berkesempatan membuat konten *Twitter* mengenai *event* ataupun *promotions* yang kemudian di kirim ke *e-mail* PR Hasana Damai Putra Grup.

Selain itu, melalui media cetak *flyer* dan *banner*. Penulis berkesempatan membuat konten *flyer* dan banner, dibantu oleh *designer* dalam merancang desain yang tepat. Penulis berkesempatan membuat *flyer* dan *banner*, antara lain *August Special at* Gendis Resaturant, Ramadhan *Package*, NOBAR at Sangga Buana, *Festive Holiday Getaway Package, Duck Festival,* September Ceria, *Weekend Getaway Package, October Promo,* Pasar Ikan, dan Angkringan Bang Harpin.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

3.3.1.3 *Public Relations*

Aktivitas PR yang dilakukan oleh PR Hotel Santika Premiere KHI – Bekasi, antara lain :

1. *Media Relations*

PR Hotel Santika Premiere KHI Bekasi menerapkan 5 cara dalam menjalankan fungsi *media relations,* antara lain :

a. *Media Database*

Hal pertama yang dilakukan penulis dalam melakukan *media database* adalah memisahkan setiap media berdasaran cakupannya, seperti *online media* dan media cetak berupa koran, majalah, dan tabloid. Sehingga dengan dilakukannya hal tersebut, dapat memudahkan PR dalam mengidentifikasi khalayak sasaran dan dalam menentukan penempatan iklan atau promosi.

Hal kedua yang dilakukan penulis adalah membuat *contact* di Microsoft Outlook ataupun di Microsoft Excel dengan format nama, nama perusahaan, jabatan, alamat, nomor *handpahone,* fax, nomor telepon kantor, dan *e-mail*pribadi.

Media Database ini dilakukan pada saat pertama kali praktek kerja magang dilaknsanakan. Kegiatan ini juga terus dilakukan jika terdapat data terbaru atau melalui kartu nama dari media.

b. *Media Entertain*

Dalam kegiatan ini, penulis berkesempatan untuk menjamu setiap media yang datang. Pertama adalah mengajak media untuk duduk dan berbincang bersama di *restaurant* atau *coffee shop* hotel agar media dapat bersantai sambil menikmati *food & beverage* di hotel.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

c. *Media Monitoring*

Di Hotel Santika Premiere KHI Bekasi, penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan *media monitoring* di media cetak dan *online media*. Hal pertama yang dilakukan oleh penulis jika melakukan *media monitoring online media* adalah mencari berita berdasarkan *keyword* atau topik yang ditetapkan. Sedangkan, jika media cetak penulis akan membaca seluruh media yang diberikan setiap pagi.

Media cetak yang dimonitor penulis adalah majalah Visioneer, Info Bekasi, Info Apartemen, Majalah Pajak, Koran Kompas, Koran Tempo, Koran Media Indonesia, Majalah Event Guide, Tabloid Harapan Indah, Majalah Tempo, Majalah Journey Indonesia, Majalah Instyle, Majalah Investor, Majalah Housing Estate, Koran Jakarta, Koran Warta Kota, dan lain-lain. Sedangkan media online, antara lain Paradiso, Traveltextonline, Tabloid Rumah, Jakarta Jive, Burhan Abe's Blog, Bekasi Business, Okezone, Go Bekasi, Go Hitzz, Bekasi Urban City, Info Hotel, Love Indonesia, Berita Bisnis Online, Rajanami, 108Jakarta, dan lainnya.

d. *Media Reporting*

Media Clipping dilakukan jika ditemukan adanya berita atau iklan mengenai perusahaan dari media cetak maupun online. Jika berita dari online media, berita di *capture* lalu di cetak dan dimasukan ke dalam *folder media coverage*. Jika dari media cetak koran, berita yang dimaksud dipotong lalu ditempel di kerta A4 dan di *scan*, setelah itu dimasukan ke dalam *folder media coverage*. Sedangkan

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

media cetak majalah, berita yang dimaksud di scan, lalu di print dan dimasukin ke dalam *folder media coverage.*

Tidak hanya berupa *hardcopy* yang disimpan atau di kliping, tetapi disimpan juga dalam format *softcopy* di *folder media coverage* dalam komputer. Jika berita berupa iklan berbayar, dimasukkan ke dalam *folder advertisement.*

Setelah *media clipping,* penulis langsung menyebar berita tersebut lewat *e-mail,* yang berisi *link website* dan *attachment,* ini dinamakan *media report.* Dimana berita mengenai perusahaan disebar keseluruh internal perusahaan, melalui *email* PR Manager.

e. *Press Release*

PR Hotel Santika Premiere KHI Bekasi, menggunakan *press release* untuk menyampaikan informasi kepada publik. Selama 3 bulan praktek kerja magang, penulis membuat 4 *press release,* antara lain *Soft Opening Sky Lounge, Weekend Getaway Package,* September Ceria, dan Cangkrukan Pesisir. *Press Release* ini dikirim melalui *e-mail* PR hotel ataupun melalui *goodie bag* yang diberikan setelah acara pembukaan selesai. Tidak hanya online media, seluruh media cetak juga diberikan *press release.*

f. *Press Tour*

PR Hotel Santika Premiere KHI Bekasi kerap kali melakukan kegiatan ini agar hubungan dapat terjalin dengan baik. Tujuannya agar berita mengenai hotel terbit di media yang dimaksud. Selama tiga bulan praktek kerja magang, penulis berkesempatan mengikuti kegiatan press

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

tour saat acara *Soft Opening Sky Lounge*, Hari Pelanggan Nasional, Promo Oktober, Promo Sky Lounge, *Launching* Angkirngan Bang Harpin dan Pasar Ikan (*Food & Beverage*).

2. *Employee Relations*

Kegiatan *employee relations* di Hotel Santika Premiere KHI Bekasi yaitu *staff gathering*, yang lebih mengarah pada hiburan atau acara kebersamaan. Setiap staff bisa menjadi koordinator acara dan pemilihan berdasarkan suara dari seluruh karyawan. Setiap departemen ditarik 2 orang sebagai perwakilan, bagi yang terpilih maka merekalah yang mengatur kegiatan gathering. Saat ini, kegiatan *gathering* yang dilakukan secara rutin adalah Sepak Bola.

Saat penulis menjalani praktek kerja magang, penulis berkesempatan mengikuti *Happy Day*, yaitu acara bagi karyawan yang berulang tahun dan diadakan setiap akhir bulan. Jadi, misalkan bagi yang berulang tahun pada bulan Juli, maka seluruh karyawan tersebut akan merayakan ulang tahunnya di perusahaan saat akhir bulan. Acaranya berupa tiup lilin, potong kue, foto bersama, makan makanan a la *buffet* bersama.

3. *Community Relations*

Selama praktek kerja magang, penulis diberi kesempatan mengikuti kegiatan *corporate social responsibility*. Kegiatan ini dilakukan melalui acara donor darah pada hari Selasa, 23 September 2014. Donor darah ini bertema Donor Darah Ceria, dengan tagline “Selamatkan Jiwa, Sehatkan Raga”. Acara dimulai pukul 10.00 WIB hingga 14.00 WIB di Cakrawala 2 dan Cakrawala 3. Hotel Santika Premiere KHI Bekasi bekerja sama

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

dengan PMI (Palang Merah Indonesia) dalam menyelenggarakan CSR ini.

Dalam kegiatan ini, penulis berkesempatan untuk mengkoordinasikan waktu dari awal hingga akhir, melakukan korrdinasi dengan *F&B* dalam menyiapkan keperluan makanan dan minuman untuk tamu dari luar ataupun PMI, menyambut serta mengantar tamu dari PMI ke *venue*, membantu pendaftaran bagi yang ingin donor darah, membantu mengontrol jumah orang yang berdonor darah, terakhir membuat *database.*

3.3.1.4 *Event*

Selama praktek kerja magang 3 bulan, penulis berkesempatan mengikuti beberapa event di Hotel Santika Premiere, antara lain Soft Opening Sky Lounge dan Cangkrukan Pesisir (Launching Angkringan Bang Harpin dan Pasar Ikan). Penulis juga diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dari awal acara hingga akhir acara.

Acara *Soft Opening Sky Lounge* adalah pembukaan *sky lounge* Hotel Santika Premiere KHI Bekasi pada hari Jumat, 8 Agustus 2014. *Event* ini dimeriahkan oleh musisi Jazz ternama di Indonesia, yaitu Idang Rasjidi. Sesuai dengan tema *sky lounge*, yaitu *Wine, Dine, & Cigar*, disediakan pula bermacam-macam wine, berbagai makanan *western*, dan *cigar* yang dapat dikonsumsi gratis oleh para tamu yang hadir. Acara ini dimulai pukul 19.00 WIB hingga 22.00 WIB. Peresmian *sky lounge* ditandai dengan seremoni bersulang oleh *General Manager* Santika Premiere KHI Bekasi, yaitu L. Sudarsana.

Saat *Soft Opening Sky Lounge*, penulis membantu dalam koordinasi waktu, mempersiapkan *goodie bag* untuk acara, membantu membuat press release, dan menjadi *greeter* (penerima

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

tamu) bersama Abang Mpok Bekasi. Sebelumnya penulis juga menyiapkan undangan berupa *hardcopy* ataupun *softcopy* yang dibantu oleh *designer* Santika Premiere KHI Bekasi. Penulis juga menyebar undangan tersebut melalui *e-mail*, tiki, dan secara langsung mendatangi perusahaan-perusahaan sekitar Bekasi. Setelah itu, penulis melakukan *follow up* terhadap tamu yang telah di undang untuk mengkonfirmasi kehadirannya.

Sedangkan acara Cangkrukan Pesisir adalah *launching* menu *all you can eat* terbaru, yaitu Angkringan Bang Harpin dan Pasar Ikan. Angkringan Bang Harpin, menu makan sepuasnya yang bertema Indonesia. Seluruh makanan dan minuman yang disediakan adalah makanan dan minuman tradisional, seperti nasi kucing, mie godog, jajanan pasar, wedang ronde, jamu, dan lainnya. Suasananya juga dibuat tradisional, agar tamu yang hadir berasa di kampung halamannya. Menu ini dibuka seharga Rp 150.000,- net/orang dan dapat disantap setiap hari Kamis, pukul 18.00 WIB hingga 22.00 WIB. Berbeda dengan Pasar Ikan, menu makan sepuasnya ini bertema *barbeque seafood* disamping kolam renang. Menu ini dapat dinikmati setiap Jumat, pukul 18.00 WIB hingga 22.00 WIB.

Dalam event ini penulis berkesempatan untuk membuat undangan yang dibantu dengan *designer* Santika Premiere KHI Bekasi. Setelah itu membagikan undangan tersebut melalui *e-mail*, tiki, dan secara langsung mendatangi perusahaan-perusahaan sekitar Bekasi. Setelah itu, penulis melakukan *follow up* terhadap tamu yang telah di undang untuk mengkonfirmasi kehadirannya. Penulis juga menyiapkan *goodie bag*, menyambut *guest star* yaitu penyanyi keroncong, menjadi *greeter*, dan mempersiapka voucher hadiah dan dorprize.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

3.3.1.6. Pekerjaan dan Kegiatan Lain

Selain melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan *Public Relations*, penulis juga melakukan pekerjaan lainnya, antara lain :

1. Penulis mengikuti acara buka bersama di Panti Asuhan Bekasi bersama H3 Jakarta (Himpunan Humas Hotel Jakarta).
2. Penulis membuat *PR Progress Report* setiap minggu, *Busniess Review* dan *PR Monthly Report* setiap bulannya. *PR Progress Report* adalah laporan mingguan mengenai apa saja yang sudah dilakukan oleh PRM, yang sedang dilakukan, ataupun yang belum dilakukan, sedangkan *PR Monthly Report* adalah laporan bulanan mengenai keseluruhan tugas yang sudah dilakukan oleh PRM.
3. Penulis selalu mengkontrol ketersediaan materi *collateral* dan berkoordinasi dengan pihak *Front Office* dan *Greeter F&B* mengenai pengisian *flyer*. Materi *collateral* tersebut harus selalu ada di tempatnya, yaitu *Lobby*, *Restaurant*, dan Harapan Indah Club.
4. Penulis mendistribusikan dan memperbaharui *flyer* dan poster, setiap ada promo hotel.
5. Penulis membuat presentasi mengenai *Safety Briefing.*
6. Penulis meminta *Guest Comment* mengenai hotel setiap *breakfast* di Restoran Gendis selama 1 bulan. *Guest Comment* adalah komentar yang diberikan oleh para tamu hotel yang didapatkan dengan berbicara langsung kepada tamu hotel.
7. Penulis melakukan observasi tempat pemasangan *banner* untuk promosi agar dapat mudah dilihat oleh orang-orang yang lewat dan komunikasi tersampaikan.
8. Penulis berkoordinasi dengan *designer* untuk membuat dekorasi hotel saat hari Proklamasi.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014

9. Penulis turut serta menjadi *F&B Service* atau *Waitrees* saat Cia Ciu untuk acara *gathering* perusahaan.
10. Penulis membantu mengarahkan peserta magang baru, agar mengetahui tugas-tugas yang perlu dikerjakan di Hotel Santika Premiere KHI - Bekasi.
11. Penulis membantu menjadi fotografer untuk menu-menu promo terbaru.

3.3.2. Kendala Yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktek kerja magang selama tiga bulan, penulis menemukan kendala yaitu tidak ada *Public Relations Department* dan PR tergabung dalam *Sales Marketing Departement.*

3.3.3. Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Dalam menjalankan tiga bulan praktek kerja magang, berusaha yang terbaik dalam mengatasi setiap kendala yang ditemu dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Penulis juga selalu mencatat dan berusaha mengingat prosedur dalam pelaksanaan yang telah diajarkan sebelumnya oleh PR Santika Premiere KHI Bekasi, sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan setiap pekerjaan yang rutin dilakukan.

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi penulis mengenai tidak adanya *Public Relations Departement*, penulis memberikan masukan untuk membuat PR *Department* serta menambah karyawan PR agar dapat membantu menjalankan kegiatan PR di Hotel Santika Premiere KHI Bekasi.

Aktivitas imc di..., Rachel Yolanda, FIKOM UMN, 2014