



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.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *Public Relations* pada Departemen *Sales and Marketing*. Departemen *Sales and Marketing* Famehotel memiliki 4 unit, yaitu *Public Relations (PR)*, *Design Grafis (DG)*, *Sales Admin (SA)* dan *Sales Executive (SE)*.

Yang menjadi pembimbing lapangan penulis selama kerja magang berlangsung adalah M. Reza Pahlevi dan Imelda. Reza Pahlevi merupakan *Sales&Marketing Manager* FameHotel dan Imelda adalah *Public Relation Officer* FameHotel. Oleh karena itu, penulis lebih banyak terlibat dan bekerja sama dalam aktivitas departemen tersebut. Meskipun demikian, penulis juga mendapat kesempatan melakukan aktivitas serta membantu pekerjaan unit-unit lain.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan rincian tugas yang dilakukan selama pelaksanaan kerja magang:

3.1 Tabel Jenis Pekerjaan yang Dilakukan

| Minggu ke- | Jenis Pekerjaan yang Dilakukan |
|------------|---|
| 1 | <ul style="list-style-type: none">- <i>Media Monitoring</i>- <i>Kliping</i>- <i>Membuat NewsLetter Fame</i> untuk bulan Sept-Oct 2014- <i>Media Visit ke DestiNasian</i> |

| | |
|---|--|
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Media Monitoring</i> - Kliping - <i>Media Relations</i> - <i>Maintain SocMed</i> (fb, twitter) - <i>Media Visit</i> ke <i>Bisnis Indonesia</i> |
| 3 | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Media Monitoring</i> - Kliping - <i>Maintain SocMed</i> (fb, twitter) - <i>Media Visit</i> ke <i>EventGuide Magazine</i> |
| 4 | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Media Monitoring</i> - Kliping - <i>Maintain SocMed</i> (fb, twitter) - Menyusun <i>PR Monthly Report</i> - <i>Project Advertising</i> ke <i>Tabloid Sutera Serpong</i> (mempersiapkan materi dan artikelnya) |
| 5 | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Media Monitoring</i> - Kliping - <i>Maintain SocMed</i> (fb, twitter) - Membuat <i>PressRelease</i> tentang <i>Promo F&B FameHotel</i> |
| 6 | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Media Monitoring</i> - Kliping - Mempelajari <i>Media Order</i> - Latihan membuat <i>Proposal Letter</i> - Menghadiri acara <i>Simulasi Anti Teroris</i> di <i>Atria Hotel</i> |

| | |
|---|--|
| 7 | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Media Monitoring</i> - Kliping - <i>Advertising</i> - Mempersiapkan Konsep Event untuk <i>New Year Eve</i> |
| 8 | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Media Monitoring</i> - Kliping - Menghadiri acara <i>Staff Gathering</i> - Persiapan <i>Media Gathering</i> (contact media) - Menyusun <i>Promotion Meeting</i> |

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Media Monitoring

Media Monitoring adalah kegiatan pemantauan media yang dilakukan setiap hari oleh mahasiswa magang. Aktivitas monitoring dilakukan secara terus menerus dan secara terstruktur. Tujuan dari kegiatan monitoring adalah untuk mencari hal-hal yang berkaitan dengan informasi atau pemberitaan tentang FameHotel. Setelah dimonitor, dikumpulkan bukti-buktinya dan didokumentasikan kemudian pada akhirnya dilakukan klipping.

Silih Agung Wasesa (2010:310) menyebutkan bahwa *media monitoring* merupakan teknik yang digunakan dalam proses PR untuk melakukan *tracking* atau penelusuran publisitas dengan cara mengumpulkan data dalam bentuk kliping pers.

Selain *memonitoring* tentang profil Famehotel, mahasiswa magang juga memantau promo-promo dari hotel lain yang kemudian dijadikan untuk referensi hotel-hotel yang ada di Indonesia.

Selama *memonitoring*, tidak hanya media cetak yang digunakan ada pula media *online* yang dipantau oleh mahasiswa magang. Kedua media tersebut meliputi Bisnis Indonesia, Kompas, Jakarta Post, Ring Banten, Tempo, Satelit News, Tangsel Post, www.tripadvisor.com, www.agoda.com, www.booking.com, Majalah Panorama, Majalah Tourismwatch. Proses pembuatan kliping diawali dengan memfotokopi artikel-artikel yang sudah dimonitor. Setelah itu, artikel digunting, lalu ditempel pada form yang sudah disediakan sesuai dengan nama media.

3.3.2 Media Clipping

Kegiatan *media relations* yang dilakukan PR selanjutnya adalah *media clipping*. Kliping merupakan pemilihan berita dari media massa (surat kabar, majalah, tabloid, serta *media online*) dengan topik tertentu, lalu kemudian dikumpulkan dan diberi data berupa nama media, halaman, dan tanggal pemuatan berita. Kliping atau *clip counting* merupakan salah satu pendekatan *content analysis*. Michaelson, dkk (2005:1), mengatakan bahwa,

“Clip Counting is the most basic – and perhaps most antiquated – form of content analysis. With this system, relevant articles are collected and typically sorted chronologically or by date. The analysis generally consists of a summary listing the publicants and dates of publication as well as the total article count.”

Penulis melakukan kliping iklan setiap harinya dari beberapa media, baik surat kabar, majalah, media online dan informasi seputar hotel lainnya atau hotel pesaing, kemudian diklasifikasikan berdasarkan

tanggal, jenis media, halaman dan kemudian disimpan dalam folder yang telah disediakan.

3.3.3 Monthly Report

Monthly Report adalah rekapitulasi hasil dari dokumentasi selama melakukan *media monitoring*. Tujuan adanya *monthly report* adalah menjelaskan hasil dari pengeluaran dan pendapatan tiap bulannya secara rinci, menjelaskan kegiatan yang dilakukan oleh Dept. Sales and Marketing. Dalam hal ini mahasiswa magang turut serta dalam menghitung hasil pengeluaran dan turut membuat laporan *monthly report*.

3.3.4 Press Release

Press Release merupakan berita tertulis yang memuat informasi mengenai kegiatan yang diadakan oleh organisasi dan memiliki nilai berita untuk diberikan kepada pers (Iriantara, 2008:232). Selama melakukan kegiatan magang, penulis membuat *press release* tentang promo F&B yang diluncurkan Famehotel pada bulan September-Oktober.

Untuk mendapatkan informasi yang akan dimuat dalam *press release*, penulis berkoordinasi dengan Dept. F&B dan Dept. SM untuk mengetahui promosi apa saja yang akan diadakan. Setelah mendapatkan informasi tersebut, penulis menyusun *press release* dengan menggunakan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, serta menggunakan guideline penulisan *press release* yang telah ditetapkan pihak FameHotel.

3.3.5 Media Relations

Yosal Iriantara menjelaskan definisi *media relations* sebagai salah satu dari kegiatan PR yang bertujuan untuk membina dan menjalin hubungan baik dengan media massa, sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya, demi mencapai tujuan organisasi, PR yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa dapat

membantu memenuhi kebutuhan dan kepentingan media akan informasi terkait organisasi (Iriantara, 2008:32)

Aktivitas untuk menjalin hubungan baik dengan media dapat dilakukan dengan menyelenggarakan kunjungan lapangan ke media pers, menyelenggarakan ramah tamah ke pers, menyelenggarakan konferensi pers, memformulasikan isu penting di organisasi yang menarik untuk media (Nova, 2009:211)

Beberapa kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh penulis ialah membuat *media database*, membuat *press release*, *media clipping* dan *media monitoring*.

3.3.6 Advertising

Kegiatan ini berkaitan dengan publikasi yang kreatif dan informatif sesuai dengan standar yang telah ditetapkan untuk *advertising* ke pihak media. Dalam melaksanakan kegiatan ini, penulis bekerjasama dengan seluruh tim departemen *Sales&Marketing* untuk mempersiapkan seperti apa desain yang akan diterbitkan dan dirilis untuk media baik itu majalah, koran, tabloid ataupun media lainnya. Dalam kegiatan *advertising* ini juga, penulis harus bekerjasama dengan Dept. F&B dalam membuat publikasi dan promosi mengenai kuliner yang akan dilakukan.

3.3.7 Media Gathering

Menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi di mata *stakeholder*. *Media relations* sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. *Frank Jefkins* dalam buku *Public Relations* (1995: 98) dan *Periklanan* (1997: 275), fungsi *media relations* atau *press relations* adalah menyiarkan atau mempublikasikan seluas-luasnya informasi PR

guna menciptakan pengetahuan dan memberi pengertian bagi publiknya. Dan pentingnya sebuah institusi menjalankan hubungan baik dengan media dengan tujuan:

- Media dianggap memiliki peran sebagai perpanjangan tangan untuk berbicara dengan publik, sehingga publik dapat mengetahui aktivitas institusi.
- Media dinilai dapat membantu institusi dalam mensosialisasikan kebijakan kepada masyarakat luas.
- Media dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif institusi di mata publik.

Selama penulis melakukan kerja magang di Famehotel, penulis bersama PR hotel menjalankan kegiatan *media gathering* dengan mengundang para awak media ke Famehotel. Langkah-langkah yang penulis perhatikan dari penyelenggaraan konferensi pers, yaitu:

1. Penjadwalan sebuah konferensi pers

Jadwal harus diatur pada waktu yang sesuai untuk para reporter. Dengan tujuan dari pihak Famehotel harus memperhatikan batas waktu penampilan media. Akhir minggu harus dihindarkan karena hanya sedikit staff media yang bekerja pada hari Sabtu dan Minggu. Sebuah konferensi pers pada pagi hari (jam 10 pagi) akan sesuai untuk surat kabar sore dan siaran malam. Waktu konferensi pada awal sore akan baik bagi surat kabar pagi dan penyiaran pagi (dan beberapa siaran malam).

2. Pemisahan media

Beberapa wartawan menyarankan pemisahan konferensi untuk media cetak dan penyiaran. Hal ini sepertinya akan menghasilkan sesuatu yang baik karena reporter penyiaran ingin agar mikrofon mereka bisa

berada di depan pembicara dan ini akan berlawanan dengan reporter cetak. Sistem ini juga memungkinkan setiap reporter penyiaran untuk mendapatkan giliran rekaman film atau kaset selama satu atau dua menit secara eksklusif.

3. Undangan

Sebuah daftar undangan konferensi pers harus memasukkan semua reporter yang mungkin tertarik/ingin ikut. Adalah lebih baik untuk mengundang terlalu banyak orang daripada melupakan seseorang yang akan merasa terabaikan. Undangan harus sudah dikirimkan tujuh sampai sepuluh hari sebelumnya. Telepon dapat dipergunakan ketika konferensi dijadwalkan dalam waktu yang dekat. Undangan dalam bentuk apapun harus menyatakan tempat dan waktu, topik yang akan didiskusikan, dan nama-nama pembicara yang akan hadir. Undangan konferensi pers harus *RSVP* (sebuah memo permintaan konfirmasi untuk dijawab secepatnya) supaya kita dapat membuat penyesuaian yang diperlukan untuk ukuran ruangan pertemuan, jumlah makanan yang disajikan, jumlah *press-kit* atau materi lain yang harus disediakan. Reporter, terkenal dengan kebiasaan tidak memberikan *RSVP*, karena itu ada baiknya untuk menelepon mereka beberapa hari sebelum acaranya untuk memastikan kehadiran mereka. Jika reporter-reporter tidak dapat hadir karena ada tugas lain, buatlah janji dengan mereka untuk menerima semua materi konferensi press pada waktu yang tepat.

4. Penanganan konferensi pers

Konferensi harus direncanakan secara keseluruhan dan dikontrol secara hati-hati. Setiap orang yang terlibat harus mengetahui tujuan dari pertemuan itu dan siapa yang harus melakukan apa. Juru bicara harus dipersiapkan dan dilatih secara keseluruhan. Dia harus sudah mempunyai jawaban-jawaban untuk mengantisipasi pertanyaan-pertanyaan diminta/ditunjuk untuk jawaban-jawaban tambahan. Perjanjian harus

dibuat untuk para fotografer. Untuk reporter radio dan televisi, dan untuk reporter surat kabar. Posisikan orang-orang ini sehingga mereka bisa mendapatkan bahan cerita mereka dengan mudah dan lebih baik lagi jika dengan pergerakan sesedikit mungkin.

5. Press-kit

Adalah sebuah praktek yang umum untuk menyediakan *press-kit* untuk semua reporter. Ini dapat disediakan dalam map atau amplop yang besar. Kit ini biasanya terdiri atas: terbitan pers (press release) yang mencakup seluruh cerita yang dipresentasikan pada konperensi, berkas-berkas posisi, latar belakang, gambar-gambar, dan apapun yang akan membantu reporter untuk menulis berita.

3.3.8 Pekerjaan atau Kegiatan Lain

Selain melaksanakan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas *Public Relations*, penulis juga melakukan beberapa pekerjaan yang bersifat administratif yang membantu para staff serta dilibatkan pada beberapa kegiatan, antara lain:

1. Penulis diikutsertakan pada setiap pertemuan dengan media atau event organizer untuk turut membahas *planning event* yang akan berlangsung di FameHotel
2. Penulis membantu keperluan administrasi divisi PR dengan menyiapkan *list* dan *form* untuk membuat *purchase request*
3. Penulis membantu memonitoring jalannya kegiatan shooting yang dilakukan di Bethsaida Hospital
4. Penulis membantu memberikan ide *wording* untuk desain FameHotel
5. Penulis membantu mengerjakan *confirmation letter* untuk staff divisi *Sales & Marketing*

6. Penulis membantu mempersiapkan *goodie bag* yang sewaktu-waktu diminta oleh para tamu di Famehotel
7. Penulis membantu mempersiapkan materi untuk *morning briefing*.

3.4 Kendala dan Solusi

3.4.1 Kendala proses kerja magang

Diawal proses kerja magang, kegiatan penulis hanya terbatas pada *media monitoring* dan kliping. Setelah kegiatan tersebut selesai, penulis tidak memiliki kegiatan lain sampai jam pulang kantor.

3.4.2 Solusi atas kendala proses kerja magang

Memiliki rentang waktu yang cukup panjang sampai jam pulang kantor, akhirnya penulis memanfaatkan waktu untuk membaca *fact sheet* FameHotel ataupun informasi-informasi lainnya tentang Fame Hotel untuk menambah wawasan penulis mengenai perusahaan. Dan seiring berjalannya waktu, penulis mulai banyak berdiskusi dan mengobrol dengan para karyawan lainnya yang bekerja di Fame Hotel. Penulis juga berinisiatif untuk membantu pekerjaan lainnya yang dapat dikerjakan oleh penulis.

U
M
M
N