



### **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

Penulis menjalankan praktek kerja magang di Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center; ditempatkan di dalam divisi S&M. Seluruh kegiatan yang penulis lakukan berada di bawah bimbingan Deviana Agustina selaku PRO dari Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center.

Posisi yang diberikan kepada penulis adalah PRO (*Trainee*) dan memiliki tanggung jawab dalam hal *online public relations, media relations (press release, media entertaining, media monitoring, media clipping, media report, partner gathering), competitor analysis, produksi media public relations, customer relationship management, hingga event management*. Seluruh tugas yang diberikan kepada penulis, dikerjakan dengan arahan dari PRO.

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan sangatlah beragam. Berikut beberapa pekerjaan yang dikerjakan selama proses kerja magang di Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center:

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan

Minggu ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perkenalan dengan seluruh divisi di Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li><li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li><li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- <i>Media clipping</i>: koran Bisnis Indonesia (Sabtu, 18 Oktober 2014).</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Membuat desain promo bir Guinness, <i>Special Weekend Rate</i> dan <i>Never Say Late</i> (kamar), serta <i>Delicious Chicken Wings</i> (diskusi mengenai kata-kata yang cocok, pemilihan warna, penempatan, dan lainnya).</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Membuat <i>press release</i> untuk promo bulan November 2014 (<i>Chicken Wings Thai Sauce</i>).</li> <li>- Melakukan <i>competitor analysis</i>.</li> <li>- Membuat <i>media report</i> bulan Oktober 2014.</li> <li>- Menghubungi <i>vendor</i> percetakan untuk mencetak kalender 2015.</li> <li>- <i>Media entertaining</i>: Bapak Nur Ariyanto dari Suara Pembaruan.</li> <li>- <i>Meeting</i> perencanaan acara pergantian tahun 2014 untuk internal dan juga eksternal dengan para <i>Head of Department</i>.</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- <i>Media clipping</i>: koran Suara Pembaruan (Sabtu, 1 November 2014) dan Tempo (Jumat, 7 November 2014).</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media</li> </ul>

	<p>sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Memperbaiki <i>press release</i>.</li> <li>- Membuat kata-kata (<i>wording</i>) untuk membalas komentar dari pelanggan di <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a>.</li> <li>- <i>Wording</i> untuk promo kamar (<i>Never Say Late</i> dan <i>Special Weekend Rate</i>) yang akan disebarakan melalui <i>instant messenger</i> (BlackBerry Messenger dan LINE Messenger) serta media sosial (Facebook, Twitter, Path, dan lainnya).</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- <i>Media clipping</i>: majalah Info Citra Palembang bulan November 2014.</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>, <a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Membuat desain promo kamar (<i>Christmas Package</i> dan <i>New Year Package</i>).</li> <li>- Membuat <i>press release</i> untuk promo <i>couple</i> dari bulan November 2014 sampai dengan Januari 2015.</li> <li>- Mengikuti acara <i>partner gathering</i> “Family Fun Fair” oleh Beritasatu Media Holdings di Lippo Mall Kemang.</li> <li>- <i>Meeting</i> perencanaan acara pergantian tahun 2014 untuk internal dan juga eksternal dengan para <i>Head of Department</i>.</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- <i>Media clipping</i>: koran Media Indonesia (Sabtu, 15 November 2014), Tempo (Minggu, 16 November 2014), dan Suara Pembaruan (Harian Umum Sore: Sabtu-Minggu, 15-16 November 2014).</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>,</li> </ul>

	<p><a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Membuat desain promo kamar bulan Desember 2014 (<i>Christmas Package</i> dan <i>New Year Package</i>).</li> </ul>
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- <i>Media clipping</i>: koran Media Indonesia (Sabtu, 22 November 2014) dan Tempo (Senin, 24 November 2014).</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>, <a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Membuat desain <i>wedding package</i> untuk majalah Info Citra Palembang.</li> <li>- <i>Photo taking</i> di Indigo Resto, Lounge and Bar: berbagai macam kopi untuk promo (<i>acrylic</i>).</li> <li>- Membuat desain <i>bookmark</i> dan juga <i>x-banner</i> untuk acara donor darah pada 22 Desember 2014.</li> <li>- Mengikuti acara <i>Wedding Expo</i> di Jakarta Convention Center (JCC).</li> <li>- <i>Meeting</i> perencanaan acara pergantian tahun 2014 untuk internal dan juga eksternal dengan para <i>Head of Department</i>.</li> </ul>
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>, <a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center</li> </ul>

	<p>(Facebook Fan Page dan Twitter).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Membuat desain <i>Traveller Promo</i> dan <i>Wedding Promo</i>.</li> <li>- Membuat <i>press release</i> untuk promo kamar (<i>Christmas Package</i> dan <i>New Year Package</i>).</li> <li>- <i>Wording</i> untuk promo kamar (<i>Christmas Package</i> dan <i>New Year Package</i>) yang akan disebarakan melalui <i>instant messenger</i> (BlackBerry Messenger dan LINE Messenger) serta media sosial (Facebook, Twitter, Path, dan lainnya).</li> <li>- Membuat <i>media report</i> bulan November 2014.</li> <li>- Menghubungi <i>vendor</i> penyedia jasa pembuatan bantal leher untuk <i>souvenir</i>.</li> </ul>
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>, <a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- <i>Wording</i> untuk promo kamar (<i>Traveller Promo</i>) dan <i>Wedding Promo</i> yang akan disebarakan melalui <i>instant messenger</i> (BlackBerry Messenger dan LINE Messenger) serta media sosial (Facebook, Twitter, Path, dan lainnya).</li> <li>- <i>Media entertaining</i>: Ibu Lily dari Tourismwatch Magazine.</li> <li>- <i>Meeting</i> perencanaan acara pergantian tahun 2014 untuk internal dan juga eksternal dengan para <i>Head of Department</i>.</li> </ul>
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>, <a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media</li> </ul>

	<p>sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Melakukan <i>competitor analysis</i>.</li> <li>- <i>Wording</i> untuk acara donor darah yang akan disebarakan melalui <i>instant messenger</i> (BlackBerry Messenger dan LINE Messenger) serta media sosial (Facebook, Twitter, Path, dan lainnya).</li> <li>- Membuat <i>press release</i> untuk acara donor darah pada 22 Desember 2014.</li> </ul>
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>, <a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> <li>- Membuat desain kupon acara malam tahun baru 2014.</li> <li>- <i>Meeting</i> perencanaan acara pergantian tahun 2014 untuk internal dan juga eksternal dengan para <i>Head of Department</i>.</li> </ul>
12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media monitoring</i>: koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post.</li> <li>- Mengakses <a href="http://www.agoda.com">www.agoda.com</a>, <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a>, <a href="http://www.expedia.com">www.expedia.com</a>, <a href="http://www.revinate.com">www.revinate.com</a>, dan <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> untuk memantau <i>ranking</i> dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center.</li> <li>- <i>Online public relations</i>: perencanaan dan publikasi konten ke media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel &amp; Conference Center (Facebook Fan Page dan Twitter).</li> <li>- Menghitung perkembangan <i>likes</i> (Facebook Fan Page) dan <i>followers</i> (Twitter).</li> <li>- Memperbarui <i>guest comment</i> (kritik dan saran dari pelanggan) dan <i>guest list</i> (data pelanggan).</li> <li>- Menjalankan fungsi <i>call centre</i>: menerima permintaan dari tamu.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>media report</i> bulan Desember 2014.</li> <li>- Menyiapkan <i>googie bag</i> untuk acara malam tahun baru.</li> <li>- <i>Final meeting</i> dan pelaksanaan acara pergantian tahun 2014 “Back to School” untuk internal dan juga eksternal.</li> </ul>
--	--

Tabel 3.2 *Timetable* Tugas yang Dilakukan

No.	Deskripsi Pekerjaan	Okt '14			Nov '14				Des '14				
		3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5
1.	<i>Media Monitoring</i>												
2.	<i>Media Clipping</i>												
3.	<i>Media Report</i>												
4.	<i>Media Relations</i>												
5.	<i>Online Public Relations</i>												
6.	<i>Competitor Analysis</i>												
7.	Produksi Media <i>Public Relations</i>												
8.	<i>Event Management</i>												
9.	<i>Customer Relationship Management</i>												

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjadi karyawan magang, penulis banyak melakukan kegiatan yang diberikan oleh pembimbing lapangan. Kegiatan tersebut akan penulis jelaskan secara lebih terperinci dalam:

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Berikut adalah deskripsi mengenai serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang:



### 3.3.1.1 *Media Monitoring*

Kegiatan *monitoring* tentu saja perlu untuk dilakukan saat menjalankan sebuah bisnis guna mengetahui keadaan pasar. Iriantara (2008:62) mengatakan bahwa *monitoring* merupakan sebuah bentuk kontrol dan juga pengumpulan informasi yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai tahapan dari pencapaian tujuan dari sebuah program ataupun kegiatan.

Setiap harinya, penulis ditugaskan untuk melakukan *media monitoring*, yaitu dengan cara membaca beberapa koran yang dikirimkan pada pihak Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center (koran Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Tempo, dan The Jakarta Post). Kegiatan ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat berita yang terkait dengan Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center dan bagaimana *tone* pemberitaannya.

Selain media cetak, penulis juga melakukan *media monitoring* di media *online*. *Media monitoring* dilakukan dengan cara menggunakan beberapa kata kunci, seperti “Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center”, “Aston Hotel Cengkareng”, “Hotel Aston Cengkareng”, “Aston Cengkareng”, “Hotel Bintang Tiga”, hingga “Hotel di Jakarta Barat” di [www.google.com](http://www.google.com).

### 3.3.1.2 *Media Clipping*

Kegiatan *clipping* merupakan tahapan selanjutnya ketika penulis telah melakukan kegiatan *media monitoring*. Setelah memantau pemberitaan yang ada, penulis mendokumentasikan segala bentuk artikel atau *display advertising* ke dalam file “*Media Coverage*”. Dalam melakukan *media clipping*, penulis tidak diberikan hari-hari tertentu. Melainkan, setiap hari, jika ada pemberitaan

terkait Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center, penulis dapat langsung mendokumentasikannya.

### **3.3.1.3 Media Report**

Dari seluruh pemberitaan yang telah didokumentasikan, penulis diberikan kepercayaan untuk menyusun *media report* yang bersifat bulanan. Hasil dari *media monitoring* (dan juga *media clipping*) akan dibuat dalam bentuk tertulis dengan pelaporan yang formatnya sudah ditentukan (Iriantara, 2008:63).

Pada prakteknya, penulis membuat *media report* dalam bentuk *soft copy*. Di dalamnya terdapat berbagai macam informasi, seperti beberapa contoh desain *monthly promo* yang telah dibuat dan *e-commerce updates* atau *rating* media sosial (Facebook, Twitter, [www.agoda.com](http://www.agoda.com), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.expedia.com](http://www.expedia.com), [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), dan [www.revinate.com](http://www.revinate.com)). *Media report* yang telah selesai dibuat akan dilaporkan kepada *General Manager* melalui *Sales Admin*.

### **3.3.1.4 Media Relations**

Secara harafiah, *media relations* merupakan salah satu aktivitas yang “akrab” dengan para praktisi PR. Kegiatan *media relations* tidak hanya sekadar pekerjaan teknis, seperti menulis siaran pers atau menyiapkan materi presentasi untuk konferensi pers. Akan tetapi lebih dari itu, kegiatan *media relations* juga harus mencakup kemampuan dalam mengenali opini publik dan juga menyiapkan tindakan yang dibutuhkan bila ternyata opini publik bersifat kontraproduktif (Iriantara, 2008:14).

Tidak berhenti sampai di situ, memiliki hubungan baik (secara pribadi) dengan rekan media juga merupakan satu dari beberapa hal yang esensial dalam dunia PR. Hubungan tersebut dapat menjadi penentu baik atau

buruknya hubungan antara suatu perusahaan dengan media massa (Iriantara, 2008:15).

Sadar atau tidak, kegiatan *media relations* merupakan sebuah kegiatan terencana, dengan perencanaan yang didasari oleh riset, dan kemudian ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu (Iriantara, 2008:20). Berkaitan dengan itu, Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center menjalankan kegiatan *media relations* untuk mendukung kegiatan publikasi (promosi). Tanpa media, kepercayaan dari publik akan sulit untuk diraih karena setiap orang cenderung lebih mempercayai apa yang dikatakan oleh pihak ketiga. Terlepas dari itu, kredibilitas dari pihak ketiga juga harus diperhatikan.

Dalam prakteknya, Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center melakukan beberapa kegiatan yang terkait dengan *media relations*, yaitu:

- a) Membuat *press release room promo* untuk bulan November 2014 s.d. Januari 2015 (*Never Say Late*, *Weekend Special Promo*, *Christmas Package*, dan *New Year Package*), *menu promo* untuk bulan November dan Desember 2014 (*Chicken Wings Thai Sauce*, *Cumi Saus Ala Thai*, dan *Couple Promotion*), dan acara donor darah pada 22 Desember 2014.
- b) Melakukan *media entertaining* yang melibatkan wartawan dari Suara Pembaharuan, Bapak Nur Ariyanto (29 Oktober 2014) dan Ibu Lily dari Tourismwatch Magazine (9 Desember 2014).
- c) Mengikuti acara *partner gathering* yang diselenggarakan oleh Beritasatu Media Holdings di Lippo Mall Kemang (14 November 2014).

- d) Melakukan kegiatan *photo taking* untuk beberapa menu oleh majalah Info Citra Palembang. Selain itu, dari pihak majalah Info Citra Palembang juga melakukan sedikit wawancara dengan *chef* dari Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center, Bapak Reantana Andalis Purba, seputar menu-menu yang didokumentasikan.

Dalam usaha untuk meningkatkan pemahaman media dan juga publik secara luas, penulis diberikan kepercayaan untuk membuat beberapa *press release* yang kemudian disebar dan dipublikasikan oleh beberapa media. Seperti yang sudah dikatakan oleh Kriyantono (2008:146), *press release* merupakan sebuah berita atau informasi yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatannya.

Tidak berhenti sampai di situ, penulis juga melakukan evaluasi dengan cara melihat media mana yang mempublikasikan *release* yang telah penulis kirimkan (*media monitoring*) dan mendokumentasikannya (*media clipping*).

### **3.3.1.5 Online Public Relations**

Dewasa ini, sudah sangat banyak masyarakat di dunia yang menjadi pengguna dari media sosial. Bahkan tidak jarang dari mereka menjadi sangat bergantung dengannya. Media sosial sudah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat dunia. Definisi singkat tentang media sosial datang dari Lon Safko (2010:1), yaitu “*Social media is the media we use to be social. That’s it.*” Dengan adanya peluang tersebut, maka media sosial sekarang ini sudah menjadi salah satu medium untuk melakukan promosi atau membina hubungan baik.

Terhitung mulai tanggal 15 Oktober 2014 – 31 Desember 2014, penulis diberikan kepercayaan untuk mengelola beberapa media sosial dari Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center. Beberapa media sosial yang dimaksud adalah Facebook Fanpage dan juga Twitter. Dalam hal ini, setiap harinya penulis menyiapkan konten untuk dipublikasikan, merespon setiap pertanyaan atau komentar yang dikirimkan ke akun media sosial, dan juga mendistribusikan informasi *rating* yang berasal dari [www.agoda.com](http://www.agoda.com), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.expedia.com](http://www.expedia.com), [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), dan [www.revinate.com](http://www.revinate.com).

Untuk menambah arsip foto untuk dipublikasikan, penulis juga mengikuti sesi *photo taking* dan *photo editing* di Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center.

Selain itu, penulis juga selalu memantau komentar pelanggan yang ada di berbagai media *online* (termasuk *Online Travel Agent*). Jika ada komentar yang buruk, penulis segera menyiapkan *apologize statement* untuk menanggapi.

#### **3.3.1.6 Competitor Analysis**

Proses analisis dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Pada prakteknya, penulis pernah terlibat dalam proses analisis kompetitor yang dilakukan dengan cara:

- a) Mengumpulkan beberapa brosur dari acara *Wedding Expo* di Jakarta Convention Center (JCC) pada 28 November 2014, lalu diberikan kepada PRO (dan kemudian *Director of Sales and Marketing*).
- b) Mencaritahu perihal kenaikan harga yang mungkin saja terjadi akibat pergantian tahun (2014-2015).
- c) Menambah pengetahuan seputar kompetitor dari Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center dengan cara *browsing*.

Brosur yang didapat dalam acara *Wedding Expo* kemudian digunakan untuk mencari tahu bagaimana penawaran dari hotel-hotel yang ada (melalui telepon). Tidak hanya penawaran, penulis juga mencairitahu mengenai harga terendah yang dapat diberikan serta perubahan harga di tahun 2015.

Seluruh hasil dari *competitor analysis* tidak hanya diserahkan kepada PRO dan *Director of Sales and Marketing* saja, melainkan juga dibicarakan bersama-sama setelah atau sebelum jam kerja (*briefing*).

#### **3.3.1.7 Produksi Media *Public Relations***

Setiap perusahaan tidak akan bisa lepas dari kegiatan promosi, begitupula seperti Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center. Setiap bulannya, selalu ada *monthly promo*. Promo tersebut tentunya harus dikomunikasikan dengan baik kepada para *stakeholders*, khususnya para pelanggan. Salah satu media yang dipilih adalah brosur.

Oxford Advance Learner's Dictionary (dalam Iriantara dan Surachman, 2011:153) mendefinisikan brosur sebagai sebuah buku kecil tanpa jilid (*booklet*) yang berisi gambar dan informasi tentang sesuatu atau iklan tentang sesuatu.

Definisi lain juga datang dari Kamus Umum Bahasa Indonesia karya JS. Badudu (dalam Iriantara dan Surachman, 2011:153) yang mengatakan bahwa brosur adalah publikasi singkat yang terdiri atas beberapa halaman tanpa jilid.

Dalam hal Produksi Media *Public Relations*, penulis membantu PRO dalam mendesain dan merangkai kata-kata (*wording*) yang cocok untuk digunakan dalam media komunikasi hotel (brosur, poster, *banner*, *flyer*, *backdrop*,

dan sebagainya). Media komunikasi hotel tersebut mengandung informasi yaitu *monthly promo*, pengumuman acara, hingga dalam bentuk *sign board*.

### 3.3.1.8 *Event Management*

Dalam usaha untuk terus mengelola hubungan yang baik dengan para *stakeholders*, Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center memanfaatkan kegiatan *event management*. Pengelolaan acara dapat dikatakan sebagai salah satu alternatif bagi seorang praktisi PR untuk mengumpulkan sekumpulan orang untuk tujuan tertentu, salah satunya adalah untuk membina hubungan baik. Mulai dari perencanaan hingga evaluasi harus dilakukan dengan maksimal.

Dalam sebuah proses pengelolaan acara, perlu disadari bahwa acara tersebut hanya dapat terjadi satu kali dalam hidup seseorang (Van der Wagen, 2005:2). Pada dasarnya, waktu tidak akan dapat diulang kembali dan walaupun acara yang sama dapat diulang, akan tetapi perasaan dari orang-orang yang terlibat di dalamnya tidak akan sama seperti pada awalnya.

Bertepatan dengan datangnya malam tahun baru, penulis diberi kesempatan untuk turut berkontribusi dalam hal perencanaan *event* yang bernama "*Back to School*". Sejak bulan Oktober 2014, penulis bersama dengan beberapa panitia acara lainnya (umumnya berasal dari *Head of Departement*) sering kali bertukar pikiran mengenai acara tahun baru. Mulai dari penetapan tema, tujuan dari acara, *target audience*, lokasi, hingga susunan acara dibicarakan bersama-sama.

Nama "*Back to School*" dipilih karena ingin membangkitkan kenangan masa lalu, pada saat duduk di bangku sekolah. Masa-masa sekolah identik dengan masa-

masa bahagia. Maka dari itu, Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center mencoba menghubungkannya dengan acara pergantian tahun. Kegembiraan yang dirasakan saat duduk di bangku sekolah akan dirasakan kembali oleh seluruh peserta acara “*Back to School*”.

Tidak hanya terlibat dalam setiap *meeting*, pada prakteknya, penulis juga berkontribusi dalam hal persiapan *venue* acara. Sejak 3 hari sebelum acara dilaksanakan, penulis bersama dengan beberapa rekan satu tim lainnya mulai mendesain restoran dari Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center (Indigo Resto, Lounge, and Bar) layaknya sekolah; disesuaikan dengan tema acara.

### **3.3.1.9 Customer Relationship Management**

Terdapat banyak definisi tentang *Customer Relationship Management* (CRM), salah satunya datang dari Metagroep (dalam Peelen, 2005:3) yang pada tahun 2000 mengatakan:

*“The automation of horizontally integrated business processes involving front office customer contact points (marketing, sales, service and support) via multiple, interconnected delivery channels.”*

Di dalam CRM, terdapat *call centre*. Peelen (2005:293) mendeskripsikan *call centre* sebagai:

*“A call centre is the ‘place’ where a large number of people handle the incoming as well as outgoing telephone conversations of a varied nature with their customers and/ or prospects.”*

Dalam hal ini, penulis melakukan kegiatan *call centre* menggantikan para *sales* yang sedang berada di luar ruangan. Umumnya, para pelanggan dari Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center menginginkan informasi mengenai ketersediaan kamar, ruang pertemuan, dan juga *ballroom*. Ketika sudah



menerima telpon dan permintaan dari pelanggan, penulis segera memeriksa ketersediaan ruangan pada buku dan sistem yang telah disediakan.

Jika menemukan kesulitan, penulis akan meminta data dari calon pelanggan agar mudah untuk dihubungi di waktu yang akan datang (nama, nomor telepon dan juga alamat *email*).

Tidak hanya itu, setiap harinya juga penulis turun ke lapangan untuk bertemu langsung dengan pelanggan. Jika sedang memiliki waktu luang, penulis menyempatkan diri untuk turun ke lobi Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center. Ketika itu, penulis turun dengan membawa sebuah buku kecil dan juga pen untuk mencatat.

Ketika sudah berada di lobi, penulis memperhatikan keadaan di sekitar hotel dan mengajak beberapa orang pelanggan untuk berbincang. Saat perbincangan sudah dimulai, penulis mendapatkan berbagai pendapat dari pelanggan. Pendapat tersebut dapat bersifat positif dan juga negatif.

Setelah selesai berbincang dengan pelanggan, penulis segera mencatatnya ke dalam buku kecil yang sudah dibawa. Kegiatan ini dilakukan semata-mata tidak hanya untuk membina hubungan baik, melainkan juga mendengarkan secara langsung masukan dan keluhan dari pelanggan.

Segala informasi yang telah didapatkan di lapangan akan penulis bawa ke dalam *briefing* di divisi S&M sesuai jam kerja.

### **3.3.2 Kendala yang Ditemukan**

Selama menjadi peserta magang di Aston Cengkareng City Hotel & Conference Center, penulis menemukan kendala ringan yang dapat diatasi dengan baik. Kendala yang dimaksud adalah minimnya jumlah

komputer yang tersedia di ruangan. Jumlah komputer benar-benar disesuaikan dengan karyawan tetap yang ada, sehingga sering kali penulis harus menunggu giliran untuk menggunakan komputer; menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan.

### **3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Terkait dengan kendala yang penulis temukan dalam lingkup kerja magang, penulis menyiasatinya dengan membawa laptop pribadi agar dapat menyelesaikan tugas-tugas yang ada dengan lebih cepat dan tepat waktu.

