



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

Dalam melakukan praktik kerja magang di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera, penulis ditempatkan dalam posisi *trainee* pada divisi Public Relations. Pekerjaan penulis dalam periode magang disupervisi oleh Humaira Ryanaputri, selaku Executive Secretary dan Assistant of PR Manager Hotel Mercure Serpong Alam Sutera dan PR.

Divisi Public Relations merupakan salah satu divisi yang turut membantu perkembangan bisnis Hotel Mercure Serpong Alam Sutera. Public Relations turut berperan dengan beberapa cara, misalnya dengan merancang dan melaksanakan program *marketing communication*. Dalam divisi ini, *public relations* juga berperan penting untuk menjalin kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti media, perusahaan dan beberapa pusat perbelanjaan, serta merancang dan mempublikasikan promosi-promosi yang diadakan oleh hotel. Fungsi Public Relations ini bersinergi dengan divisi Sales yang bertugas untuk menjual dan di saat yang sama menciptakan serta mempertahankan hubungan yang baik dengan para pelanggan Hotel Mercure Serpong Alam Sutera.

3.2. TUGAS YANG DILAKUKAN

Selama periode magang di bawah divisi Public Relations Hotel Mercure Serpong Alam Sutera, penulis telah menyelesaikan beberapa pekerjaan yang merupakan pekerjaan *public relations*. Tugas-tugas tersebut adalah:

1. Media relations

- Penulis ikut serta mengikuti *meeting* dengan pihak-pihak media.
- Penulis turut membantu untuk melengkapi dan *update database* media rekanan Hotel Mercure Serpong Alam Sutera.
- Penulis ditugaskan untuk membuat undangan untuk pihak media dalam rangka meliput “Crab Mania Promo”.
- Penulis ikut serta dalam *media gathering*.
- Penulis menulis *press release* untuk beberapa *event* yang diadakan di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera, seperti *A Tree for A Child*, *New Sunday Brunch*, dan *Ramadhan Kareem Bersama Mercure Serpong Alam Sutera*,

2. Event management

- Penulis ditugaskan untuk ikut serta dalam *event* buka puasa bersama Mercure dengan “A Tree For A Child” dan anak-anak yatim piatu.

- Penulis ditugaskan untuk turut merancang konsep *event corporate gathering*, mulai dari persiapan, pembuatan *run down*, penyiapan *door prize*, hingga pelaksanaan di hari H.
- Penulis ikut menyiapkan *event* buka puasa bersama dengan media.
- Penulis ikut menyiapkan *event* buka puasa dengan karyawan hotel & anak yatim piatu.
- Penulis ikut menyiapkan acara untuk merayakan hari kemerdekaan RI.
- Penulis ikut menyiapkan *run down* untuk *event* “Bike for Cancer”.
- Penulis ikut serta dalam menyiapkan *event* EdLink.
- Penulis ikut serta dalam merancang konsep 2nd Anniversary Hotel Mercure Serpong Alam Sutera.
- Penulis ikut serta dalam menyiapkan presentasi untuk *event* “Digital Hunt”.

3. Online PR

- Penulis ditugaskan untuk mengadakan *social media contest* dalam acara *corporate gathering* dan *media gathering*.
- Penulis ditugaskan untuk mengadakan *social media event* #MercureSerpongAlamSutera.

4. Customer relationship management

- Penulis ditugaskan untuk melakukan *tracking* terhadap komentar-komentar yang diberikan oleh pelanggan di situs-situs *booking* dan *review* hotel *online*, seperti Agoda.com, tripadvisor.com, dan booking.com.
- Penulis diberikan tugas untuk membuat *welcoming letter* untuk para tamu.

5. Produksi media PR

- Penulis membuat desain *flyer* untuk promo *barbeque* di Mint & Pepper Restaurant.
- Penulis membuat desain *banner* untuk event “A Tree for A Child”.
- Penulis bertugas untuk membuat *flyer* untuk promo *season* Ramadhan.
- Penulis diberi tugas untuk membuat konsep, desain, dan foto dari M-Shop Catalogue.

3.3. URAIAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.3.1. MEDIA RELATIONS

Media relations merupakan salah satu tugas utama seorang praktisi *public relations*. Menurut Theaker (2004, hal. 7), yaitu *media relations* merupakan aktivitas *public relations* berkomunikasi dengan

jurnalis, spesialis, dan editor media massa, termasuk koran, majalah, radio, televisi, dan komunikasi berbasis daring.

Praktik *media relations* dalam pekerjaan seorang *public relations* dinilai sangat penting. Salah satu alasan *public relations* gencar melakukan praktik *media relations* dikarenakan peran media massa dalam membentuk opini publik (Theaker, 2004 : 7). Wragg dalam Bland *et al.* (1996, hal. 66 – 67) menyebutkan bahwa tujuan *public relations* membangun hubungan dengan pers sebenarnya bukanlah untuk menerbitkan *press release* semata, melainkan untuk meningkatkan reputasi organisasi dan produknya dan untuk mempengaruhi dan memberi informasi kepada *target audience*. Theaker menyebutkan bahwa hubungan yang baik dengan media dapat berefek positif bagi tujuan strategis jangka panjang perusahaan, seperti meningkatkan citra merek atau perusahaan, merubah perilaku *target audience*, meningkatkan hubungan dengan komunitas, meningkatkan pangsa pasar, dsb.

Relasi yang baik dengan media menjadi salah satu hal yang penting bagi Hotel Mercure Serpong Alam Sutera. Dengan keberadaannya yang sangat baru, reputasi dan publikasi yang baik sangat penting bagi Hotel Mercure Serpong Alam Sutera. Reputasi dan citra yang baik salah satunya dapat tercapai dengan adanya dukungan dari media yang dipercaya oleh masyarakat. Selain itu,

dengan berrelasi dengan baik dengan rekan media, pihak hotel juga berkesempatan menjangkau publik yang lebih luas.

Agar tercipta hubungan dengan media yang baik dan efektif dengan media, Soemirat dan Ardianto (2002, hal. 135) menyebutkan beberapa program yang bisa dijalankan, antara lain: *press release*, *press tour*, *special event*, *press luncheon*, dan *press conference*.

Dalam periode magang penulis di Hotel Mercure Serpong Alam Sutra, terdapat beberapa pekerjaan yang berkaitan dengan *media relations*:

- *Media database*

Pengumpulan *database* media adalah salah satu tugas yang penulis lakukan selama melakukan praktik kerja magang di Hotel Mercure Serpong Alam Sutra. *Database media* adalah hal yang penting dalam kegiatan *media relations*. Dengan adanya *database* media, terdapat daftar yang jelas media-media mana saja yang memiliki kerja sama dengan pihak hotel. Selain itu, *database* tersebut juga dilengkapi dengan kontak masing-masing media, sehingga pihak hotel dapat menghubungi rekan-rekan media dengan lebih mudah ketika ingin mengadakan kerja sama, mengirimkan *press release*, mengabarkan promosi-

promosi terbaru, atau pun mengundang media untuk kegiatan *media gathering*.

- *Media gathering*

Hotel Mercure Serpong Alam Sutera secara rutin mengadakan *media gathering* dengan pihak media, sebanyak 2 kali setahun. Salah satu bentuk *media gathering* yang diadakan oleh pihak hotel dengan media adalah pada acara buka puasa bersama Hotel Mercure Serpong Alam Sutera dengan rekan-rekan media.

Dalam *media gathering* tersebut, penulis diberi tugas untuk ikut membantu menyusun konsep acara *media gathering* tersebut. Selain itu, penulis juga turut membantu menyusun *run down* acara tersebut, serta hal-hal teknis lainnya yang mendukung jalannya acara tersebut. Kemudian, penulis juga diberi tugas untuk mendokumentasikan keberlangsungan acara tersebut.

Acara *media gathering* ini menjadi salah satu sarana bagi Hotel Mercure Serpong Alam Sutera untuk menjalin interaksi secara langsung dengan media massa. Hal tersebut dikarenakan dalam acara tersebut, rekan-rekan media berkesempatan untuk merasakan secara langsung fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh

hotel. Selain itu, dalam *media gathering* tersebut, pihak media juga memiliki kesempatan untuk bertanya kepada pihak hotel mengenai hal-hal yang menarik perhatian rekan-rekan media. Pertanyaan-pertanyaan tersebut kemudian akan dijawab oleh pihak-pihak hotel yang berwenang untuk memberi jawaban.

- *Media meeting*

Tugas penulis selanjutnya yang berkaitan dengan *media relations* adalah ikut serta dalam pertemuan-pertemuan bisnis (*meeting*) dengan media. Dalam pertemuan-pertemuan tersebut, pihak hotel mendiskusikan bentuk kerja sama yang akan dijalin oleh hotel dengan media yang terkait. Selain kerja sama, biasanya juga dilakukan negosiasi harga pemasangan iklan di media yang bersangkutan.

Pada beberapa kesempatan, *meeting* tersebut berupa penawaran kerja sama oleh pihak media kepada Hotel Mercure Serpong Alam Sutera. Sebagai contoh salah satu *meeting* yang penulis hadiri adalah *meeting* dengan harian “The Daily Jakarta Shimbun”. “The Daily Jakarta Shimbun” merupakan harian berbahasa Jepang di Indonesia. Dalam *meeting* bersama media

Shimbun, pihak media menawarkan kerja sama dengan pihak hotel berupa pemasangan iklan.

Selain itu, penulis juga berkesempatan untuk mengikuti *meeting* bersama pihak Zomato.com. Dalam *meeting* dengan situs pencarian tempat makan populer tersebut, dibahas kerja sama terkait publikasi promosi-promosi baru dari “Mint & Pepper Restaurant” di situs Zomato.com. Selain itu, didiskusikan pula kritik, saran, dan *rating* yang diberikan oleh para tamu terhadap “Mint & Pepper Restaurant”.

- *Press release*

Press release atau siaran pers menurut Soemirat dan Ardianto (2004), merupakan informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *public relations* (PR) suatu organisasi / perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers / redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Sebuah *press release* dinyatakan layak muat apabila cara penulisannya menyerupai cara wartawan menulis berita langsung (*straight news*) dengan gaya piramida

terbalik (*inverted pyramid*). Cara penulisan tersebut dimulai dengan menulis *lead*/ teras berita/ kepala berita sebagai paragraf pertama yang mengandung unsur 5W + 1H (*What*:apa yang terjadi? *Where*: dimana terjadinya? *When*: kapan peristiwa tersebut terjad? *Who*: siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut? *Why*: mengapa peristiwa tersebut terjadi? *How*: bagaimana berlangsungnya peristiwa tersebut?).

Penulisan dengan gaya piramida terbalik ini digunakan dengan alasan: *Pertama*, pembaca dikategorikan sebagai orang sibuk dan mempunyai waktu yang singkat untuk mendapatkan berita-berita yang faktual.*Kedua*, redaksi media massa harus memotong *Press Release* tersebut tanpa mengurangi isi pokoknya.*Ketiga*, redaksi tidak mempunyai cukup waktu untuk membaca keseluruhan *Press Release*. Sebelum redaksi memutuskan dibuang atau dipakai *release* tersebut, mereka harus tahu dengan cepat apa keseluruhan isi *release* itu (Cole dalam Soemirat dan Ardianto, 2004).

Beberapa *press release* yang penulis hasilkan selama periode magang adalah *press release* mengenai “Sunday

Brunch” di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera serta kegiatan “Ramadhan Kareem” Hotel Mercure Serpong Alam Sutera.

3.3.2. *Event Management*

Dalam Theaker (2004, hal. 7), *event management* didefinisikan secara singkat sebagai perencanaan dan pengaturan serangkaian acara yang kompleks. Menurut Ruslan (2007, hal. 141), *events* adalah pengembangan aktivitas *public relations* yang sebagai salah satu bentuk media komunikasi yang bertujuan untuk menarik perhatian dan liputan media pers dan umum terhadap lembaga atau produk yang ditampilkan dalam *event*.

Pendapat lain dikemukakan oleh Hidayat dan Dasrun (2004, hal. 31). Menurut Hidayat dan Dasrun, tujuan dari diadakannya *event* adalah untuk melakukan *branding* terhadap perusahaan kepada publik. Setiap kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan hasil yang positif terhadap perusahaan, sehingga dengan demikian citra dan reputasi perusahaan baik di hadapan *stakeholder*.

Dalam rangka mencapai tujuan-tujuan di atas, Hotel Mercure Serpong Alam Sutera secara berkala mengadakan berbagai *event*. Selama periode magang penulis, terdapat beberapa *event* yang berlangsung:

- Buka Puasa Bersama Mercure Serpong Alam Sutera

Selama bulan Ramadhan 2015, Hotel Mercure Serpong Alam Sutera beberapa kali mengadakan *event* buka puasa bersama, acara buka puasa bersama tersebut antara lain dengan “A Tree for A Child” dan Panti Asuhan Ibnu Sabil, buka puasa bersama dengan media, serta buka puasa bersama dengan karyawan. Dalam acara-acara tersebut, penulis diberi tugas untuk menyiapkan konsep, *run down* acara, membuat *banner*, dan juga mendokumentasikan acara-acara tersebut.

- *Corporate gathering*

Ketika melakukan praktik kerja magang di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera, penulis juga berkesempatan untuk terlibat dalam persiapan *event corporate gathering*. Penulis diberi tugas untuk mempersiapkan konsep, membuat *run down* acara, mempersiapkan *door prize*, serta membantu kelancaran acara pada hari H. Selain itu, penulis juga diberi tugas untuk membuat *corporate database* sebelum *event* berlangsung.

Selain acara-acara di atas, penulis juga ikut serta merancang beberapa acara lain. Salah satunya adalah untuk acara “Digital

Hunt 2015”. Dalam acara tersebut, penulis diberi tugas untuk menyiapkan presentasi untuk dipresentasikan kepada BOD perusahaan. Penulis juga diberi kesempatan untuk membantu membuat *run down* untuk *event* “Bike for Cancer”, serta menyiapkan konsep dan surat undangan untuk “2nd Anniversary Hotel Mercure Serpong Alam Sutera”.

Konsep yang penulis siapkan berupa daftar undangan, *dress code* yang akan dipakai, tempat *start* dan *finish* kegiatan, serta organisasi yang dapat diajak bekerja sama dalam “Bike for Cancer”, yaitu Rumah Sakit Kanker Dharmais.

3.3.3. *Online PR*

Dengan kemajuan dalam bidang internet, bidang komunikasi juga mengalami perubahan, begitu juga dalam praktik *public relations*. Media-media konvensional tidak lagi cukup bagi *public relations* untuk menjangkau publik dan menyampaikan pesan-pesan secara efektif kepada publik. Para praktisi *public relations* harus mulai memanfaatkan internet sebagai salah satu *channel* untuk menjangkau para *stakeholder*-nya (Rob Brown, 2009, hal. 11 – 12).

Terdapat beberapa tujuan dari pemanfaatan praktik *online public relations*:

- Untuk membangun *brand awareness*

- Meningkatkan *website traffic*
- Menghasilkan *leadsonline*
- Menghasilkan penjualan secara *online*
- Mengukur ROI penjualan

Hotel Mercure Serpong Alam Sutera mengerti dengan perubahan ini. Selain itu, Hotel Mercure Serpong Alam Sutera juga mengerti manfaat dari praktik *online public relations*. Oleh karena itu, pihak hotel secara maksimal memanfaatkan media-media sosial yang dimilikinya untuk merangkul para *stakeholder*. Penulis beberapa kali diberi tugas untuk menyiapkan dan mengadakan *social media contest* untuk *corporate gathering* dan juga *media gathering*. Selain itu, penulis juga membantu untuk menjalankan *social media event* dengan tagar #MercureSerpongAlamSutera.

3.3.4. *Customer Relationship Management*

Salah satu rangkaian pekerjaan penting yang dilakukan oleh seorang praktisi *public relations* adalah membangun hubungan baik dengan pelanggan (Lattimore, 2007, hal. 260). Baran, Rogen, dan Zerres (2014 : 5) menyebutkan bahwa *customer relationship management* (CRM) sangat dibutuhkan karena kompetisi yang semakin meningkat, sehingga hubungan baik dengan setiap *customer* harus dipertahankan sebaik mungkin.

Salah satu tujuan dalam marketing adalah untuk membentuk *customer loyalty*. Dengan adanya *loyalty*, *customer* cenderung melakukan pembelian secara berulang, membela *brand*, dan menjadi loyal terhadap *brand* (Kotler, 2010). Dalam pemasaran jasa seperti industri hotel, kepuasan pelanggan juga menjadi aspek yang penting. Agar tamu hotel kembali menggunakan layanan hotel, tamu harus memiliki *satisfaction* atas kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh hotel. Selain itu, diperlukan pula pengelolaan hubungan yang baik antara tamu dan pihak hotel. Hal ini bertujuan agar tercipta *retention* pada *customer*.

Dalam rangka mengelola hubungan baik dengan pelanggan, Hotel Mercure Serpong Alam Sutera melakukan beberapa hal. Salah satu cara tersebut adalah dengan menyiapkan surat ucapan selamat datang kepada para pelanggan. Penulis dalam periode magang diberikan tugas untuk menyiapkan surat ucapan selamat datang tersebut.

Penulis juga diberi tugas untuk melakukan *tracking* terhadap komentar-komentar yang diberikan oleh para pelanggan hotel di situs-situs seperti Agoda.com, Booking.com, dan Zomato.com. Komentar-komentar tersebut kemudian digunakan oleh hotel untuk memperbaiki dan meningkatkan mutu layanan yang sudah ada.

