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 proses magang berlangsung penulis diberi kedudukan sebagai *"Trainee"* pada departemen *Sales & Marketing*. Koordinasi selama proses magang berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, penulis di supervisi oleh Ibu Flaviana Natasha selaku *Public Relations* di ARA Hotel Gading Serpong.

Saat melakukan kerja magang di ARA Hotel Gading Serpong, penulis diberikan kesempatan untuk melakukan aktivitas *Public Relations* yang banyak bersentuhan dengan pihak media dan juga penyelenggaraan *event*. Di ARA Hotel penulis juga dapat merasakan secara nyata. Hampir seluruh pekerjaan *Public Relation*s dikerjakan oleh penulis, seperti *media monitoring, media clipping, media report, media relations,* hingga *event management.*

3.2 Aktifitas Kerja Magang

Tugas-tugas yang diberikan selama periode kerja magang adalah terkait dengan kegiatan-kegiatan *Public Relations*. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis saat melaksanakan praktik kerja magang sangat beragam, akan tetapi dari sekian pekerjaan yang dilakukan, penulis difokuskan pada kegiatan *media relations*. Berikut adalah kegiatan *media relations* dalam mendukung *event* yang dilakukan selama praktik kerja magang di ARA Hotel Gading Serpong.

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

Tabel 3.1 Kegiatan Media Relations yang dilakukan Mahasiswa

Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media Monitoring	✓ Melihat *tone positive* dan negative di media ✓ *Media Clipping* ✓ *Mediia Report*			√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		
Media Relations	✓ *Press Release* ✓ *media kit preparation* ✓ *Media Gathering* ✓ *Follow Up* Pemberitaan					√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		
Event Management	✓ Yugo Splash Event ✓ Launching New Logo Anima pool & Bar ✓ Corporate Gathering ✓ Media Gathering ✓ Event Natal bersama Panti Asuhan Mekar Lestari ✓ New Years Eve			√	√			√	√	√	√	√	√	√	√		

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Tabel 3.2 Pelaksanaan Kerja Magang

No	Jeni Pekerjaan	Deskripsi Pekerjaan
1	Media Monitoring	Kegiatan memantau *tone negative & positive* serta untuk melihat media mana saja yang melakukan publisitas *mengenai ARA Hotel Gading Serpong* di media cetak maupun *online*.
2	Media Clipping	Melakukan dokumentasi bukti pemberitaan tentang ARA Hotel Gading Serpong.
3	Media Relations	Membangun hubungan jangka panjang antara ARA Hotel Gading Serpong dengan pihak media dengan melakukan *media gathering, media entertain,* dan mempersiapkan media kit.
4	Event Management	Membangun hubungan dengan pihak eksternal melalui berbagai kegiatan
5	Press Release	Membuat tulisan berupa informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh PR yang disampaikan kepada media massa untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

3.3.2 Pelaksanaan kegiatan *Media Relations*

Pada sub bab ini, penulis akan mendeskripsikan mengenai berbagai aktivitas *Media Relations* yang dilakukan oleh penulis selama periode magang selama kurang lebih tiga bulan di ARA Hotel Gading Serpong:

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

3.3.2.1 *Media Monitoring*

Media relations memiliki beberapa aktivitas penting yang salah satunya adalah *media monitoring*. Menurut Yosal Iriantara (2005, h. 62) *media monitoring* merupakan bentuk kontrol dan mengumpulkan informasi mengenai tahapan perencanaan tujuan sebuah program maupun kegiatan.

Bentuk *media monitoring* ada 3 yaitu: *Media clipping, media tracking,* dan *media content analysis.* Dalam kegiatan *media monitoring*, di mana penulis hanya melakukan *media clipping* saja. Diawali dengan meminta kebagian *front office* untuk koran harian dari Media Indonesia, Jakarta Post, dan Kompas. Lalu penulis memonitoring tren apa yang ada dimasyrakat tentang bisnis perhotelan, tidak hanya itu penulis juga memonitoring *event* apa saja yang ada di hotel pesaing dan promo apa yang biasa ada di hotel pesaing. *Media monitoring* tidak hanya berbatas pada kegiatan monitoring terkait *brand* perusahaan, pesaing, tetapi juga disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan. Dalam aktivitas *media monitoring* yang dilakukan, terkait *event-event* yang berlangsung disekitaran Tangerang dan Jakarta, *monitoring* yang dilakukan yaitu merujuk pada salah satu *website* seperti ICE BSD karena website tersebut selalu meng -*update event-event* yang akan berlangsung. Penulis juga melakukan *media monitoring* terhadap hotel pesaing, untuk mengetuhui *event* atau *meeting* apa yang sedang berlangsung yang dilakukan oleh perusahaan atau pemerintah.

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan dari *media monitoring*, yaitu memantau media-media yang melakukan peliputan dan pemberitaan terkait kegiatan ARA Hotel Gading Serpong baik media online maupun tradisional.

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

3.3.2.2 Kegiatan *Media Relations*

Media relations atau hubungan media adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi, untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa, dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang, Nova (2009, h.208). Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Yosal Iriantara (2008, h.29) bahwa tujuan dari kegiatan *media relations* yaitu untuk keberhasilan sebuah program serta mempromosikan organisasi melalui media massa. Kegiatan *media relations* di ARA Hotel Gading Serpong mencakup:

1. *Press Release*

Seorang praktisi *Public Relations* harus terampil menulis dengan baik dari segi substansi dan tata bahasa. Publik saat ini tidak hanya bergantung pada wartawan atau media mainstream untuk mengakses informasi. Publik sudah menjadikan media sosial sperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan media sosial *platform* lainnya sebagai sarana komunikasi dan bertukar informasi. Di ARA Hotel, penulis belajar menulis *Press release* untuk suatu event atau promosi sebuah produk.

Yosal Iriantara (2008, h.200) informasi yang hendak disampaikan melalui *press release*, tentunya harus cukup lengkap menjawab keingintahuan khalayak. Selanjutnya, Giancontieri (2008, h.118) *press release* harus memuat topik yang spesifik ditulis secara ringkas, harus menggambarkan secara singkat dan jelas terkait topik dan menggunakan prinsip piramida terbalik. Di dalam *press release* tercantum seluruh informasi yang memenuhi syarat

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

5W + 1H (*what, why, when, where, who, how*). *Press release* disusun sebelum *event* berlangsung, sebab saat *event* berlangsung wartawan harus menerima *press release* untuk bahan mereka menulis berita.

2. Media Gathering

ARA Hotel Gading Serpong rutin mengadakan *Media gathering* setahun sekali bersama *sister's hotel* seperti Atria Hotel dan Fame Hotel. *Media gathering* adalah merancang acara khusus (cenderung informal), sebagai sarana pertemuan atau silaturahmi untuk mempererat hubungan dengan media atau wartawan.

Dalam *event* yang dilaksanakan, peran wartawan sangat dibutuhkan untuk sarana publikasi terkait dengan *event* yang diselenggarakan oleh ARA Hotel Gading Serpong. Wartawan diundang untuk menghadiri *event* atau acara yang akan dilaksanakan agar memahami rangkaian acara yang berlangsung serta mampu memuat pemberitaan yang menarik pembaca di media tempat wartawan bekerja. Untuk keperluan *event*, nomor handphone wartawan dan email sangat dibutuhkan untuk mengirimkan undangan perihal *event* yang akan berlangsung. Selanjutnya media harus dihubungi kembali untuk memberkan konfirmasi atau keterangan bersedia hadir atau tidak pada *event* yang akan diselenggarakan. Saat hari H *event* berlangsung, *press release* yang memuat perihal *event* harus diberikan kepada wartawan agar memahami tujuan dari terselenggaranya *event.*

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

3. *Media Kit Preparation*

Saat melangsungkan sebuah *event*, *media kit* menjadi salah satu hal yang perlu dipersiapkan. Biasanya *media kit* berisikan *press release*, *souvenir* dari perusahaan, *goddie bag*, *snack*, dan lain sebagainya. *Media kit* merupakan sebuah tanda ucapan terimakasih dari perusahaan kepada media karena telah bersedia hadir dalam *event* yang diselenggarakan.

4. *Follow Up* Pemberitaan

Setelah *event* berlangsung dan memastikan media-media yang hadir pada saat *event* tugas selanjutnya yang harus dilakukan yaitu memastikan apakah wartawan memuat informasi atau pemberitaan tentang *event* yang telah diselenggarakan pada setiap media yang diundang.

3.3.2.3 Event Management

Event Management merupakan salah satu aktivitas *Public Relations* yang bisa dijadikan sebagai strategi hotel dalam menjalin hubungan dengan para pemegang kepentingan atau *stakeholder*. Sebagaimana yang diungkapkan Glen McCartney (2010, h. 6), *event management* merupakan suatu kejadian atau peristiwa yang terencana dan melibatkan aktivitas pemasaran, perencanaan keuangan, keamanan, serta manajemen resiko, logistik dan sumber daya manusia, yang saling terhubung satu sama lain dalam membuat suatu *event*.

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

Dalam kurang lebih tiga bulan melaksanakan program kerja magang, penulis berkesempatan terlibat dalam enam event yang diselenggarakan oleh ARA Hotel Gading Serpong seperti:

1. *YuGo Splash Event*
2. *Launching New Logo Anima Pool & Bar*
3. *Corporate Gathering*
4. *Media Gathering*
5. Natal 2015 bersama Panti Asuhan Mekar Lestari
6. *New Year's eve* 2016 dengan tema "Hawaiian Specta Night"

Sebelum keenam event tersebut dilaksanakan, berbagai persiapan disusun dan direncanakan. Dalam hal ini penulis dilibatkan untuk proses persiapan yang difokuskan pada kegiatan *media relations*. Media merupakan sarana utama yang menghubungkan perusahaan atau organisasi dengan khalayaknya, di mana media akan mempublikasikan serangkaian *event* yang diselenggarakan. Kegiatan *media relations* yang dilakukan meliputi pembuatan *press release*, mengundang wartawan untuk hadir dan konfirmasi kehadiran, menyiapkan *media kit*, dan *follow up* pemberitaan setelah *event* diselenggarakan.

Selain itu juga, dalam persiapan lainnya penulis dilibatkan dalam koordinasi dokumentasi, mendata peserta acara, mendata keperluan event, dan membantu dalam pembuatan proposal dan *budgeting*. Penulis juga dilibatkan dalam *meeting* dengan memberikan masukan terhadap proses penyelenggaraan *event*. *Event* menjadi salah satu sarana dari tujuan perusahaan untuk memperkenalkan dan memperluas publisitas terkait *brand awareness* serta membentuk citra yang positif.

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

3.4. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan selama kerja magang adalah:

1. Komunikasi yang terbangun di dalam tim kerja baik antara sesama karyawan, karyawan dengan pimpinan kurang efektif. Hal ini berdampak pada koordinasi kerja.

   Hal ini terjadi pada acara *Corporate Gathering &Launching Anima Pool & Bar Logo. Last minute preparation* terjadi karena keputusan Director of Sales yang secara mendadak, sehingga hanya sekitar 50% dari undangan yang menghadiri acara. Kurangnya koordinasi tim, pendistribusian pesan, dan tidak ditentukannya siapa saja anggota tim yang akan turun ke lapangan.

2. Pemahaman tentang pentingnya menjalin hubungan yang insentif dengan wartawan belum sepenuhnya dipahami. Hal ini berdampak pada hubungan media dan pada publisitas.

3. Kurangnya kreativitas terhadap *event* yang diselenggarakan berdampak pada publisitas di media massa.

3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

1. Untuk membangun tim kooridinasi yang solid dan komunikasi yang efektif, tim kerja harus saling memahami karakter masing-masing dan saling memberi uraian pekerjaan yang telah ditentukan.

2. *Event* yang diselenggarakan harus mengandung (*news value)* nilai berita, ditulis secara sederhana, dan disusun dengan cara piramida terbalik.

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016

3. Menjalin hubungan atau relasi dengan para wartawan atau media tidak hanya untuk sebuah kepentingan khusus, tetapi di luar konteks tersebut hubungan baik dengan media harus dilakukan secara terus menerus dengan cara melakukan kunjungan kepada redaksi media, mengirimkan kalender atau agenda tahunan, mengucapkan selamat jika media massa berulang tahun, atau mengucapkan belasungkawa apabila ada wartawan yang mendapat musibah.

Peran media relations..., Dinarwaty Nur Octaviani, FIKOM UMN, 2016