



### **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

Hotel Sedona Manado pada umumnya memiliki departemen PR sendiri, akan tetapi seiring berjalannya waktu dan pergantian struktural akhirnya posisi PR ditiadakan untuk sementara, akan tetapi masih tetap ada PR staff tetapi kedudukan PR berada di bawah naungan *Sales and Marketing Department*.

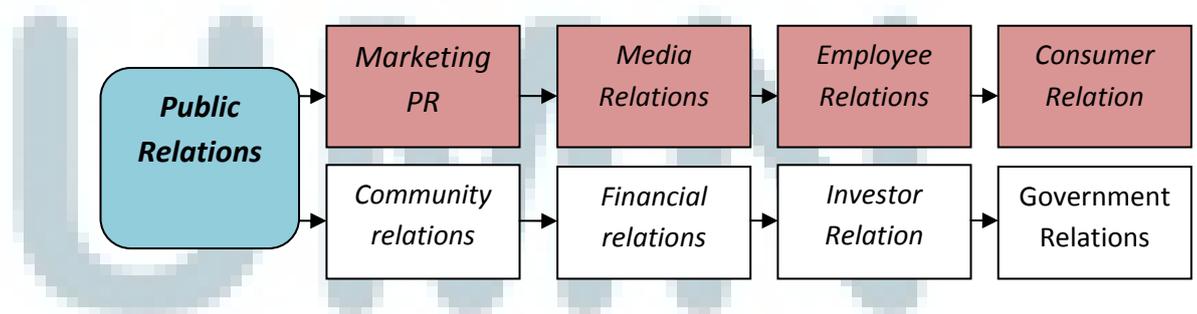
Di hari pertama kerja magang, penulis pertama-tama bertemu dengan HRD Hotel Sedona karena sebelumnya memang diharuskan untuk menghadap HRD Hotel ini. Setelah HRD menjelaskan beberapahal-hal penting di Hotel Sedona Manado seperti tata-tertib selama berada di kawasan kantor, cara berpakaian, tempat masuk dan keluarnya karyawan. Kemudian kami langsung diperintahkan untuk menuju ke ruangan dimana kita akan mulai melaksanakan kerja magang. Tapi sebelumnya, kami diajak untuk berkeliling Hotel Sedona Manado dengan maksud untuk memperkenalkan titik-titik penting atau ruangan penting yang harus penulis ketahui selama kerja magang di Hotel Sedona sekaligus memperkenalkan Saya kepada para staff tiap departemen.

Setelah selesai berkeliling kami langsung menuju ke tempat penulis akan bekerja, dan ruangan tersebut tergabung di dalam *Sales and Marketing Departemen*. Ternyata meja untuk penulis melaksanakan kerja magang sudah disediakan dan mereka sangat menyambut kehadiran anak *trainee* yang baru. Supervisor *Sales and Marketing* langsung mengajak ke ruangannya untuk memberikan sedikit *briefing*, isi dari *briefing* tersebut menyangkut pekerjaan yang akan dilakukan dan diminta untuk memberikan penjelasan sedikit tentang apa yang telah dipejari tentang PR di Universitas serta menanyakan apakah sudah memiliki pengalaman membuat suatu event, dan bertanya kenapa memilih Hotel Sedona Manado. Ternyata yang akan menjadi pembimbing lapangan adalah supervisor dari Sales & Marketing departemen.

Penulis mendapatkan arahan dan bimbingan selama mengerjakan setiap tugas yang diberikan. Pada awal memulai pekerjaan penulis ditugaskan untuk membantu *sales staff*, pekerjaan yang dilakukan berupa merespon panggilan masuk dari *customer hotline* dan administratif seperti merespon email dari pelanggan, follow-up BEO ke berbagai departemen yang tercantum, *tele-marketing*, dan kemudian pada minggu-minggu berikutnya penulis mulai diberi kepercayaan dan tugas yang sesuai dengan bidang peminatan penulis. Penulis dilibatkan dalam aktivitas *Public Relations* seperti manage perusahaan-perusahaan melalui Direct Message, mengelola kembali sosial media Hotel Sedona Manado yang sempat tidak digunakan lagi atau *online public relations*, serta terlibat di beberapa *event*.

Selama dua bulan melaksanakan praktek kerja magang, penulis berkoordinasi dengan Ibu Beatrick selaku pembimbing lapangan yang memberikan penjelasan dan briefing mengenai seluruh pekerjaan, Bapak Refly selaku *design graphic* bekerjasama dalam membuat promosi bulanan maupun tahunan, *PR Staff* I Made dan Christine dalam melaksanakan kegiatan PR di Hotel Sedona Manado, dan Christy selaku rekan kerja magang.

### 3.1.1. Aktivitas PR Sedona Hotel Manado



Bagan 3.1 Kegiatan *Public Relations* (Lattimore, 2007:345)

Keterangan:  Kegiatan PR yang dijalankan oleh Hotel Sedona Manado

Struktur di atas merupakan gambaran dari aktivitas PR yang ada dan dijalankan oleh Hotel Sedona Manado. Menurut Soemirat dan Ardianto dalam (Ardianto. 2011:5) Kegiatan PR atau aktivitas PR adalah mediator yang menjembatani kepentingan organisasi, lembaga atau perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan itu sendiri. Berbagai aktivitas senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra positif. Setelah terjadinya revolusi industri, masalah penting yang dihadapi oleh lembaga ekonomi, bisnis sosial dan politik adalah masalah hubungan (*relationship*). Permasalahannya berkisar pada pertanyaan bagaimana membangun dan mengembangkan hubungan-hubungan yang baik antara lembaga-lembaga tersebut dengan publik mereka demi tercapainya tujuan lembaga, organisasi atau perusahaan.

### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Penulis melaksanakan praktek kerja magang di Hotel Sedona Manado selama dua bulan, dan penulis diberikan kepercayaan juga kesempatan untuk membantu mengerjakan serta menjalankan beberapa program PR Hotel Sedona Manado yang sempat terhenti karena adanya pergantian struktural organisasi di hotel ini. Kami melanjutkan program *Integrated Marketing Communication* yang di dalamnya terdapat pula beberapa program PR, sesuai dengan struktur Kegiatan Public Relations (Lattimore, 2007:345) seperti *marketing public relations, media relations, employee relations (internal communication), consumer relations, community relations, financial relations, investor relations* dan *government relations*. Dari beberapa program PR yang ada, penulis berkesempatan dan diberikan tanggung jawab, untuk ikut terlibat dalam beberapa kegiatan yang menyangkut dengan peminatan penulis yaitu *public relations* :

<i>Job Desk</i>	<i>Minggu</i>							
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
<b>1. Marketing PR - Promotions</b>								
a. Memberikan ide-ide untuk promosi bulanan	■				■			
b. Merancang event	■	■			■	■		
<b>2. Media Relations - Media Clipping</b>					■	■	■	■
<b>3. Employee Relations - Internal Communications</b>								
a. Staff Gathering				■				■
b. Diberikan kesempatan untuk menanyakan kepada tiap departemen apa yang dibutuhkan untuk kinerja yang lebih baik lagi							■	
<b>4. Customer Relations</b>								
a. Menjalin hubungan baik dengan <i>Customer</i> di Kopi'O Resto and Bar Hotel Sedona Manado				■	■	■	■	■
b. Terjun langsung ke lapangan dan mengatur event yang dilaksanakan di Hotel Sedona Manado	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 3.2. Tabel Aktivitas Yang Dilakukan

## 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

#### 3.3.1.1 *Marketing Public Relations – Promotions*

Menurut Philip Kotler dalam Ardianto (2011:270-271) mengatakan, pada masa mendatang MPR tidak hanya suatu cara atau alat, tetapi akan mengalami perkembangan yang pesat (meningkat). Ia menyebutkan bahwa PR adalah pergerakan tahap pertumbuhan yang eksplosif (bersifat meledak-ledak) karena perusahaan-perusahaan melakukannya dengan apa yang disebut mass-advertising (periklanan media). Dalam waktu tidak terlalu lama untuk menjawab semuanya dan organisasi-organisasi menggabungkan PR ke dalam pemasaran.

Dalam marketing PR terdapat beberapa *promotions tools* yang dapat digunakan perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi menyangkut apa yang akan dipromosikan oleh perusahaan tersebut dan salah satu *tools* adalah peran PR.

Sekarang ini banyak perusahaan menerapkan program-program untuk mendukung strategi pemasaran. Menurut Haris dalam (Ardianto. 2011:271) untuk mengatasi masalah penurunan penjualan dan pemasaran, serta menangani promosi lebih luas, pihak perusahaan perlu menggunakan teknik PR. Secara kreatif menggunakan news events (investasi sosial), publications (publikasi-publikasi), social investment (investasi sosial), community relations (hubungan komunitas) dan kegiatan sejenis lainnya untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk mereka dengan mengungguli para pesaing.

Menurut Haris dalam (Ardianto. 2011:272) MPR merupakan proses dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang mendorong minat beli serta keluasan konsumen melalui penyampaian informasi dan kesan yang meyakinkan, dalam upaya memperlihatkan

bahwa perusahaan dan produk-produknya sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan, keinginan-keinginan, dan minat para konsumen.

Alat atau unsur promosi adalah:

- d. Advertensi, yaitu suatu bentuk promosi yang dibayar, dan bersifat *nonpersonal* melalui beberapa media, seperti radio, *print*, *direct mail* atau *e-mail*, bersifat presentasi dan promosi dari gagasan, barang atau jasa oleh suatu sponsor yang teridentifikasi. Kegiatan advertensi adalah advertensi cetak (koran dan majalah), radio, televisi, *billboard*, *direct mail*, brosur dan katalog, *signs*, *in-store display poster*, *motion pictures* *Web pages banner ads* dan *emails*.
- e. *Personal selling* adalah suatu proses yang membantu dan membujuk satu atau lebih prospek, untuk membeli produk, berupa barang atau jasa, ataupun untuk bertindak dalam suatu gagasan melalui penggunaan presentasi lisan (komunikasi seorang ke seorang atau *person-to-person*). Kegiatan *personal selling* adalah presentasi penjualan, pertemuan penjualan, pelatihan penjualan dan program intensif untuk tenaga penjual perantara dan telemarketing (baik *inbound* maupun *outbound*).
- f. Promosi Penjualan adalah pemberian insentif yang direncanakan untuk merangsang atau mendorong pembelian atau penjualan suatu produk, yang biasanya bersifat jangka pendek. Kegiatan promosi penjualan berupa pemberian kupon, *sweeptakes*, kontes sampel produk, *rebates*, *tie-ins*, *self-liquidating premiums*, *trade shows*, *trade-ins* dan eksibisi.
- g. *Public Relations*, yaitu suatu bentuk promosi yang tidak dibayar, stimulasi *nonpersonal* dari permintaan suatu produk, jasa, atau unit bisnis dengan penanaman berita nyata tentang hal itu, atau presentasi yang menyenangkan untuk hal tersebut di dalam media. Kegiatan *public relations* adalah laporan atau artikel koran dan majalah, presentasi TV dan radio, *Charitable contributions*, pembicara, *issue advertising* dan seminar.

Hotel Sedona Manado memilih bentuk promosi antara lain radio, *direct mail* atau *e-mail*, koran, brosur, *web pages banner*, *person-to-person*, eksibisi, kupon, voucer, artikel, dll.

Selama menjalankan praktek kerja magang di Hotel Sedona Manado, penulis diberikan kesempatan langsung dalam melaksanakan tugas PR yang sebenarnya walaupun PR di Hotel Sedona Manado masih dibawah naungan *Sales and Marketing Department*. Penulis diminta untuk memberikan ide-ide seperti menyusun kata-kata yang akan digunakan untuk promosi bulanan, warna apa yang sesuai dengan tema promosi yang akan dilaksanakan. Serta ditunjukkan bagaimana cara membuat lembaran promosi (*flyers*), brosur, juga spanduk yang nantinya akan menjadi promosi bulanan maupun tahunan Hotel Sedona Manado yang akan di publikasikan baik lewat sosial media maupun *person to person*. Setelah itu penulis melakukan publikasi melalui facebook Hotel Sedona Manado, twitter, maupun social media pribadi.

Penulis diikutsertakan dalam shooting *Celebrity On Vacation* Trans 7 di Manado bersama Dion Wiyoko dan Tasya Kamila selama dua hari, serta penulis berpartisipasi dalam menjaga pameran Hotel Sedona Manado di Manado Town Square. Selama dua bulan melakukan kerja magang di Hotel Sedona Manado, penulis diberi kepercayaan untuk mengelolah kembali sosial media dari Hotel Sedona Manado yang sempat terhenti dan juga diberi kesempatan untuk menjadi admin dari *Facebook* dan *Twitter* Hotel Sedona Manado walaupun penulis sudah selesai melakukan kerja magang. Pada tanggal 17 Agustus juga, penulis diikutsertakan dalam bagian dokumentasi pada saat upacara 17 Agustus di Hotel Sedona Manado. Aktivitas tersebut merupakan bentuk publikasi dan promosi yang penulis lakukan, dalam rangka memenuhi salah satu aktivitas PR di Hotel Sedona Manado ini.

Aktivitas PR disini haruslah efektif karena penyampaian informasi lewat publikasi ataupun rangkaian kegiatan lain yang akan diadakan harus secara benar dan spesifik, agar informasi dan tujuan perusahaan dapat dipresentasikan dengan benar serta mencapai keinginan para konsumen.

### 3.3.1.2 *Media Relations*

Menurut Soemirta dan Ardianto dalam (Ardianto. 2011:264). Salah satu kegiatan PR dalam memberikan informasi kepada publik/masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik adalah kegiatan *media relations* (hubungan media). Istilah lainnya *press relations or media relations* (hubungan pers atau hubungan media), yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak (surat kabar dan majalah), media elektronik (radio dan televisi), dan *media massa online* (*newspaper online, magazine online, radio digital, televisi digital*).

*Public Relations* juga perlu memahami media, seperti bagaimana surat kabar dan majalah itu diterbitkan, seperti bagaimana pula cara memproduksi program-program siaran radio dan televisi, termasuk media massa online (*newspaper online, magazine online, radio digital, televisi digital*). Untuk itu perlu untuk melakukan kunjungan ke sejumlah penerbitan, stasiun radio dan televisi. PR juga harus mengetahui segala sesuatu tentang media itu selengkap mungkin

Hotel Sedona Manado menerapkan beberapa cara dalam menjalankan fungsi *media relations* seperti *media clipping, media monitoring, press release, media entertain, media database*, tapi penulis hanya berkesempatan melakukan Media Kliping. Penulis diberikan kesempatan pada bulan kedua sebelum berakhirnya magang, untuk melakukan *media clipping* pada bulan agustus. Pada Bulan Agustus penulis rutin melakukan *media clipping* dari beberapa media yang memuat informasi menyangkut Hotel Sedona Manado, dan di antaranya adalah

Koran Manado Post, Tribun Sulut, dan Radio Manado. Setelah berhasil mendapatkan berita atau artikel tentang Hotel Sedona Manado, maka kliping tersebut akan dikelompokkan berdasarkan tanggal dan jenis media kemudian melapor kepada Ibu Beatrix ADOS untuk meminta tanda-tangan dan kemudian disimpan ke lemari dokumen yang telah disediakan.

Media Kliping merupakan suatu alat ukur, bagaimana besar atau berapa banyak media memberitakan dan memberikan informasi yang masih menyangkut dengan nama Hotel Sedona Manado.

### 3.3.1.3 *Employee Relations – Internal Communications*

Menurut Moore dalam (Ardianto, 2011:100) pelaksanaan komunikasi dua arah, memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengajukan pertanyaan dan memberikan usulan kepada manajemen, adalah penting. Hubungan yang baik dengan komunitas dan masyarakat umum dimulai dengan komunikasi yang baik dengan karyawan. Sebuah organisasi, lembaga atau perusahaan jangan berharap memperoleh hubungan komunitas yang baik apabila para karyawannya tidak diberikan informasi atau diberikan informasi yang salah. Kegagalan yang serius dalam komunikasi karyawan menciptakan kelambanan pegawai, ketidakefisienan, produktivitas menurun, semangat kerja menurun, mungkin timbul pemogokan, serta masalah lain yang menimbulkan dan merugikan organisasi, lembaga atau perusahaan, misalnya penjualan produk jasa menurun, keuntungan berkurang, juga citra dan reputasinya menjadi negatif.

Walaupun hanya 2 bulan melakukan kerja magang di Hotel Sedona Manado, namun penulis bisa merasakan kerjasama tiap departemen. Kebersamaan serta kerjasama dari para karyawan membuat kami semua lebih terdorong dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai karyawan. Di Hotel Sedona ada istilah *Outing*, yang berarti salah satu

departemen berkesempatan untuk berlibur keluar kantor. Hal tersebut dalam rangka mengakrabkan diri dengan sesama staff, diberikan kebebasan untuk memilih tujuan liburan mereka. Asalkan mereka berlibur bersama di hari yang tepat pula.

Hotel Sedona Manado setiap bulannya mengadakan *Staff Gathering*, dan merayakan bersama ulangtahun para karyawan yang berulang-tahun pada bulan tersebut. Ada juga pemberian penghargaan *Employee of the month dan of the year*, dan kebetulan pada saat magang dari departemen kitalah yaitu *Sales & Marketing* yang mendapatkan penghargaan tersebut. Kegiatan hubungan internal ini pun berupaya untuk tetap memelihara budaya perusahaan yang sudah terbentuk sebelumnya.

#### 3.3.1.4 *Customer Relations*

*Public Relations* mempunyai beberapa keuntungan yang unik, antara lain terdapat sejumlah informasi yang dikomunikasikan, mempunyai kredibilitas tinggi, biaya untuk mendekati suatu pelanggan adalah rendah. Peran PR pada *Customer Relations* ini yaitu untuk memperbaiki keadaan, mengadakan hubungan kembali dan menciptakan kerja saman dengan mereka, sehingga akan mendapat simpati dari para *customer* Hotel Sedona Manado.

Menurut Moore dalam (Ardianto. 2011:113) Perusahaan berusaha mempertahankan itikad baik para pelanggan dengan berhubungan secara teratur melalui perwakilan perdagangan, melalui surat, pertemuan, penelitian, dan dengan pengiriman per pos surat kabar atau majalah dan buku perusahaan secara teratur. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada pemakaian dan pemeliharaan yang tepat dari berbagai produk. Para pelanggan secara tidak berkesinambungan diberi informasi mengenai perkembangan produk danperlengkapan baru untuk memungkinkan

mereka melakukan penghematan, kepuasan, jaminan keamanan, meningkatkan daya guna dalam penggunaannya.

Untuk mencapai suatu tujuan, maka PR harus menjalankan tugasnya dalam membina hubungan baik dengan para *customer* tersebut. Pada minggu-minggu terakhir sebelum mengakhiri kegiatan magang di hotel ini, penulis diberikan kesempatan untuk melakukan kewajiban seorang PR dalam menjalin hubungan baik dengan para tamu di Kopi'O Resto and Bar Hotel Sedona Manado.

Langkah pertama yaitu memastikan sarapan pagi mereka sudah tertata dengan rapi, meja-meja sudah lengkap dengan peralatan makannya, dan juga mencicipi tiap makanan sebelum disajikan kepada tamu, serta memastikan bahwa semuanya sudah siap. Setelah itu, penulis menghampiri satu per satu tamu yang telah selesai sarapan, dan dimulai dengan sedikit berbincang-bincang kemudian menanyakan bagaimana kesan juga pesan mereka untuk Hotel Sedona Manado dikemudian hari, tak lupa juga penulis merekomendasikan beberapa tempat yang baik untuk mereka kunjungi. Hal ini kembali lagi kita lihat pada teori yang telah saya cantumkan diatas bahwa, sudah menjadi tanggung jawab perusahaan untuk mengadakan kerjasama dengan para pelanggan, mengetahui kebutuhan yang mereka inginkan, keluh-kesah mereka selama menjadi pelanggan kami, dan menjaga hubungan baik dengan mereka.

Aktivitas PR di sebuah perusahaan perhotelan, memang harus secara langsung terjun ke lapangan dan melihat mana yang sebaiknya dilakukan dan yang harus diperhatikan lebih untuk membuat citra perusahaan di mata para tamu yang ada akan lebih baik lagi. Dengan kita lebih memahami dan mengerti akan kebutuhan para tamu, maka kami akan lebih cepat juga untuk melakukan sesuatu untuk dapat memperbaiki hal-hal yang diinginkan para pelanggan tersebut.

### **3.3.2 Kendala Yang Ditemukan**

Dua Bulan melaksanakan kerja magang di Hotel Sedona Manado, penulis hanya menemukan kendala seperti penguasaan Bahasa Asing yang belum mahir dan belum menguasai secara baik sehingga ketika penulis berkomunikasi dengan para pelanggan yang berasal dari luar negeri, penulis masih sering gugup dan berbicara secara lambat.

### **3.3.3 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan**

Dalam mengatasi kendala tersebut, penulis mengikuti kelas Bahasa-Inggris yang disediakan oleh Hotel Sedona Manado untuk para karyawan. Juga, tiap hari selasa dan kamis diwajibkan untuk berkomunikasi dengan Bahasa-Inggris. Hal tersebut membuat penulis dari hari ke hari semakin percaya diri dan berani untuk menghadapi para tamu dari luar negeri.

U M N