



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

Praktik kerja magang mengambil tempat di Hotel Santika Bengkulu sebagai pekerja magang (intern) yang tanggung jawabnya dibawah departemen *Corporate Communication*. Pekerja magang di Hotel Santika Bengkulu diberikan pekerjaan serupa dengan pekerja tetap yang tentunya memiliki keterkaitan dengan pekerjaan aktivitas PR, sesuai dengan departemen yang menanggung pekerja magang. Setiap jenis pekerjaan ditentukan oleh Rindah Nofitri sebagai *Corporate Secretary / Public Relations* dalam *weekly briefing* atau pada saat *Business Review* dan pada saat ada permintaan khusus dari klien atau permintaan dari *General Manager*.

Sistem koordinasi di Hotel Santika Bengkulu menggunakan *Memo* yang nantinya akan disebarkan sesuai dengan departemen mana saja yang bertugas untuk menangani klien tersebut. 1 orang sebagai penanggung jawab serta 3-10 lainnya sebagai anggota tim yang bertugas membantu baik sebagai *event officer*, *media officer*, *on-duty officer* dan lain sebagainya. Hal ini memungkinkan untuk setiap orang bertanggung jawab penuh terhadap *job desk* masing-masing serta mampu melakukan semua jenis *job desk* sesuai dengan keperluan klien.

Berangkat dari sistem koordinasi pekerjaan yang ada di Hotel Santika Bengkulu, selama praktik kerja magang, tidak dibawah oleh satu Penanggung Jawab tertentu, sehingga pekerjaan yang dikerjakan didapatkan dari beban pekerjaan yang ada dari proyek klien yang didapatkan.

Pada saat praktik kerja magang, terdapat organisasi pemerintahan, produk dan perusahaan yang ditangani, yaitu Lembaga Penjamin Mutu Pendidikan, Dinas Pekerjaan Umum Balai, Herbalife, Lee Kuan Yew University, Kementerian Komunikasi dan Informasi, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral, Kementerian Perindustrian dan Perdagangan, Badan Pusat Statistik, TOTAL Indonesia, *Diamond Offshores*, LENOVO Indonesia, Lion Air, PD Sanjaya, AIA Medan, Adira Finance, Departemen Agama, Gudang Garam, HM Sampoerna, TFCA Sumatera, Asuransi Simas, Badan Nasional Penanggulangan Terorisme, ASKRINDO dan Indosat.

3.2 Aktivitas Kerja Magang

Pekerjaan yang diberikan pada saat kerja praktik cukup beragam dan porsinya hampir sama besar mulai dari kegiatan *Media Relations* hingga *Customer Relationship Management (CRM)*. Kegiatan yang dilakukan memerlukan kemampuan individual yang cukup *multi tasking* mulai dari kemampuan berkomunikasi dan koordinasi yang baik dengan rekan lainnya hingga kemampuan komunikasi secara interpersonal dengan para *stakeholder* khususnya kepada customer hotel.

Kemampuan berkoordinasi yang baik dengan rekan sangat diperlukan karena ada saatnya dibutuhkan koordinasi dengan yang lain terlebih dahulu sebelum eksekusi individual sesuai dengan pekerjaan yang didapatkan. Semua *employee* yang bekerja di Hotel Santika Bengkulu selalu terbuka untuk saling berkonsultasi mengenai pekerjaan yang diberikan kemudian kesulitan apa yang dihadapi untuk dapat dicari pemecahan masalahnya bersama-sama. Karena perusahaan menganggap *employee is corporate asset*, semua orang dapat secara terbuka untuk saling mengkritik dan kemudian secara bersama-sama untuk saling memperbaiki diri. Hal ini selalu dilakukan agar pekerjaan yang dilakukan memberikan hasil yang sesuai dengan harapan klien.

Berikut adalah tabel pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang yang berlangsung di Hotel Santika Bengkulu dari tanggal 5 Juli 2014 – 5 September 2014.

Tabel 3.1 Tabel *Timeline* Aktivitas

Aktivitas	Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Media Monitoring								
<i>Tracking</i> Berita		✓		✓		✓		✓
Kliping Pers	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PR <i>Value</i>				✓				✓
2. Media Relations								
Menulis dan menyebarkan <i>Press release</i>	✓			✓			✓	
<i>Follow Up</i> Pemberitaan	✓			✓				
Mengundang Wartawan	✓	✓		✓		✓	✓	
Media <i>Visit</i>		✓	✓			✓	✓	
3. Event Management								
<i>Follow Up</i> Sponsorship			✓		✓	✓		✓
<i>Meeting</i> client	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mengisi <i>BaRest</i> dan <i>BEO</i>		✓		✓		✓		✓
4. Customer Relationship Management								
<i>Input</i> personal data <i>cust</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Guest Retention</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Birthday gift</i> untuk pelanggan loyal dan rekan media						✓		✓
5. Morning Briefing	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. Training								

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Media Monitoring

Media monitoring adalah kegiatan yang dilakukan oleh praktisi PR dan juga merupakan bagian esensial di perusahaan. Media adalah alat yang sangat strategis sebagai pen jembatan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya. *Media monitoring* memiliki beberapa aktivitas penting seperti klipng pers dan *tracking* (Macnamara, 2010:319) yaitu teknik yang digunakan dalam proses PR untuk melakukan atau penelusuran publisitas dan mengumpulkan data dalam bentuk klipng pers (Macnamara, 2005:310). Kegiatan media monitoring terdiri dari :

1. *Tracking* berita

Setelah aktivitas Public Relations telah dilakukan, kemudian dilakukan *tracking* berita yang dimuat oleh media mengenai kegiatan tersebut. Hal ini bertujuan untuk dapat mengetahui sejauh apa efektivitas kegiatan melalui jumlah pemberitaan yang diliput oleh media. Sehingga sangat penting untuk dilakukan *tracking*. *Tracking* berita dilakukan oleh peserta kerja magang pada minggu ke-2 dan ke-4 setiap bulannya.

2. Klipping pers

Tahap selanjutnya setelah melakukan *tracking* berita adalah klipng pers. Kegiatan ini merupakan aktivitas pengumpulan artikel maupun berita yang dimuat di media. Berita dapat diperoleh dari berbagai sumber yang kredibel baik media *online* dan media konvensional seperti koran dan majalah. Klipping pers juga dilakukan pada tingkatan media yang berbeda yaitu lokal dan nasional. Untuk media lokal online dan konvensional ,
yaitu :

- a. Harian Rakyat Bengkulu
- b. Radar Bengkulu
- c. Bengkulu Ekspres

d. Kupasbengkulu.com

Sedangkan untuk media nasional *online* dan konvensional yaitu :

a. Koran Kompas

b. Media Indonesia

c. Kompas.com

d. Vivanews.com

e. Metrotvnews.com

Dalam melakukan kegiatan kliping berita, selalu diawali dengan kata kunci untuk media online, namun untuk media konvensional, berita yang dicari berdasarkan judul atau melihat event apa yang sedang diliput di media dan event tersebut diselenggarakan di perusahaan yaitu di Hotel Santika Bengkulu. Kliping pers dilakukan setiap minggu setiap hari Sabtu untuk kemudian di akhir bulan pada saat *Business Review* yang melibatkan seluruh departemen di perusahaan, hasil tersebut dibacakan. Setiap sebulan sekali juga akan diadakan penghitungan dari *PR Value* akan nilai pemberitaan yang dimuat di media-media tersebut.

3.3.2 Kegiatan *Media Relations*

Media relations mencakup beberapa kegiatan yang harus dilakukan secara berkelanjutan agar hubungan yang dibangun antara perusahaan dan rekan-rekan media dapat terus berlanjut dan terbina dengan baik. *Media relations* atau hubungan dengan 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. 2009:208). Di Hotel Santika Bengkulu, kegiatan *media relations* yang dilakukan antara lain :

1. Menulis dan menyebarkan *press release*

Press release adalah alat yang digunakan perusahaan ketika ingin menyebarluaskan informasi. *Press release* harus sudah disusun sebelum *event* berlangsung sebagai bahan rekan-rekan wartawan untuk menulis berita. (Giancontieri, 2008:118), *press release* harus efektif dengan mengangkat sebuah topik spesifik, ditulis ringkas, harus menjawab pertanyaan mendasar, seringkali hanya 1 halaman dan menggunakan prinsip piramida terbalik. Dalam penulisan harus mengindahkan kaidah 5W + 1 H

2. Mengundang wartawan

Kehadiran rekan-rekan media sangat diperlukan ketika perusahaan akan menyelenggarakan *event*, terlebih lagi jika yang diselenggarakan seperti konferensi pers. Oleh karena itulah, kedekatan antara perusahaan dan rekan-rekan media harus selalu terjalin dengan baik agar pemberitaan yang akan ditulis oleh wartawan dapat memenuhi ekspektasi dari perusahaan. Dalam mengundang wartawan untuk menghadiri sebuah *event* terutama konferensi pers perlu dilakukan maksimal satu hari sebelum penyelenggaraan, dan jangan memberikan seluruh informasi penting dalam konferensi pers, cukup berikan waktu serta lokasi penyelenggaraan agar mereka hadir. Hal ini biasanya dilakukan Hotel Santika Bengkulu 3 hari sebelum *event* diadakan untuk kemudian dikonfirmasi kembali 1 hari sebelum acara diselenggarakan. Saat hari H, PR perusahaan akan menyediakan registrasi yang harus diisi oleh rekan-rekan media yang hadir.

3. *Follow up* pemberitaan

Setelah *press release* dibagikan kepada rekan-rekan wartawan, selanjutnya adalah untuk memastikan bahwa mereka akan menulis dan memuat berita tersebut. Biasanya berita akan dimuat keesokan harinya.

Wartawan dapat dihubungi melalui data yang telah diperoleh saat mereka melakukan registrasi sebelum acara berlangsung. Dan wartawan juga memiliki kesempatan untuk menghubungi *PR* perusahaan jika ada informasi yang mereka rasa kurang untuk melengkapi pemberitaan.

4. *Media Visit*

Media visit biasanya dilakukan maksimal 2 kali dalam sebulan yaitu pada minggu ke 2 dan ke 3. Kegiatan yang dilakukan dengan media tidak hanya sebatas ketika perusahaan membutuhkan pemberitaan saja, namun harus terus menerus dibangun hubungan yang baik dengan rekan-rekan wartawan agar media menjadi *pro* terhadap perusahaan. Pada saat *media visit*, biasanya setelah itu perusahaan menawarkan rekan-rekan wartawan agar sarapan atau makan malam di Hotel Santika Bengkulu, terlebih lagi jika terdapat menu andalan baru.

3.3.3 *Event Management*

Mengadakan *event* adalah kegiatan rutin yang dapat dipastikan ada setiap hari di Hotel Santika Bengkulu. Kegiatan ini biasa dipersiapkan perusahaan sesuai dengan permintaan klien atau untuk acara internal perusahaan seperti mengadakan buka puasa bersama pada saat bulan ramadhan lalu, atau acara *gathering* internal kantor. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan dalam *event management* yaitu,

1. *Meeting Client*

Hotel Santika Bengkulu merupakan hotel yang terbilang cukup unggulan di provinsi Bengkulu. Mengingat bahwa hotel bintang 3 di Bengkulu sangat sedikit. Selain itu, fasilitas yang ditawarkan sangat menunjang untuk berbagai instansi dan perusahaan yang akan mengadakan acara di hotel. Oleh karena itu Hotel Santika Bengkulu hampir setiap hari mempersiapkan acara yang akan diselenggarakan

dari berbagai instansi dan perusahaan. Tentu saja *event* tersebut harus dipersiapkan dengan baik. Bagi acara besar seperti *launching product*, biasanya klien meminta konsep acara agar dipersiapkan oleh pihak hotel. *Meeting* ini diadakan sekitar 1 minggu sebelum acara diselenggarakan untuk acara kecil, dan 1 bulan sebelum acara diselenggarakan untuk *event* besar. Beberapa tahapan yang dilakukan dalam pengajuan proposal kegiatan untuk klien :

- a. Biasanya klien menelpon ke hotel tujuan ke marketing untuk bertanya secara rinci mengenai fasilitas dan harga yang ditawarkan oleh pihak hotel sesuai dengan konsep kasar acara yang akan mereka selenggarakan.
- b. Setelah itu, marketing akan mengirimkan surat penawaran kepada instansi atau perusahaan tersebut.
- c. Calon klien akan mengkonfirmasi apabila setuju maupun tidak setuju dengan isi surat penawaran.
- d. Departemen *marketing* berkoordinasi dengan departemen *public relations* mengenai konsep acara yang akan diajukan untuk kemudian dibuatkan kembali surat penawaran kepada klien.
- e. Mencocokkan jadwal untuk bertemu dengan klien untuk pembahasan lebih lanjut mengenai acara yang akan diadakan di Hotel Santika Bengkulu.
- f. Jika sudah setuju maka dilanjutkan dengan penanda tangan kontrak.
- g. *Preparing event* dengan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait di perusahaan, koordinasi biasanya dilakukan melalui *Memo* yang dikirim via email.
- h. Mengisi *Banquet Request* dan *BEO*

i. Eksekusi event.

Dalam kegiatan *event management*, yang dilakukan oleh pekerja magang yaitu mulai dari *meeting client* hingga eksekusi acara. Beberapa acara internal dan acara perusahaan luar yang diadakan di Hotel Santika Bengkulu antara lain :

a. Hotel Santika Bengkulu Adakan Buka Puasa Bersama Media Partner dan Corporate.

Dalam acara ini, yang dilakukan oleh pekerja magang adalah mulai dari penyambutan tamu dari rekan media dan perusahaan, kemudian membuat *press release*. Acara ini berlangsung tepat di hari pertama peneliti melakukan kerja magang.

b. Sahur dan Nonton *Final* Piala Dunia Bersama Hotel Santika Bengkulu.

Dalam acara ini, peneliti berkecimpung langsung mulai dari proses *brainstorming* konsep acara bersama jajaran management perusahaan hingga eksekusi acara bertindak sebagai MC.

c. Seminar dari Bank Indonesia

Bank Indonesia adalah salah satu perusahaan yang sering mengadakan acara di Hotel Santika Bengkulu. Yang pekerja magang lakukan adalah mulai dari *meeting client* yang membahas mengenai konsep acara hingga eksekusi pelaksanaan dengan bertindak sebagai *officer on duty*.

2. *Follow Up Sponsorship*

Memberi *support* untuk sebuah acara merupakan salah satu kegiatan dari *Public Relations* yang bertujuan agar publik selalu teringat mengenai *brand* dan *service* yang ditawarkan oleh perusahaan.

Pada kesempatan ini, peserta kerja magang mendapat kepercayaan penuh dari *Corporate Executive Secretary* untuk meng-handle mengenai penawaran kerjasama *sponsorship* untuk *event* Festival Dol Seprovinsi Bengkulu yang diadakan oleh RRI (Radio Republik Indonesia).

Bentuk *support* yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan jenis usaha yaitu bergerak dibidang jasa dan *service*. Dari perusahaan memberikan diskon khusus untuk tamu RRI yang datang ke Bengkulu untuk menginap di Hotel Santika Bengkulu serta menyiapkan makanan yang disajikan untuk tamu VVIP. *Giving back* yang didapatkan oleh Hotel Santika Bengkulu yaitu spanduk hotel dipasang di beberapa titik di *vanue* acara, pemberitaan dimedia baik cetak, televisi dan radio.

3.3.4 Customer Relationship Management

Kepuasan konsumen menjadi salah satu tolak ukur dari kesuksesan sebuah perusahaan. *Customer Relationship Management* adalah proses pengenalan seluruh aspek untuk dapat mengidentifikasi *customer*, menciptakan pengetahuan mengenai *customer*, membangun hubungan dengan *customer*, dan membentuk persepsi mereka mengenai perusahaan beserta produk dari perusahaan (Ed Peelen, 2005:4).

Aktivitas yang dikerjakan untuk *customer relationship management* meliputi :

1. Input Personal Data of Customer

Hotel Santika Bengkulu sangat memperhatikan mengenai hubungan antara perusahaan dengan konsumennya. Data

konsumen yang menginap atau menggunakan fasilitas hotel didapatkan ketika mereka melakukan *check-in* ataupun ketika penanda tangan kontrak kerjasama. Data tersebut kemudian dimasukkan kedalam sistem yang ada di hotel dikenal dengan *CRM*. Dari data tersebut, bisa didapatkan informasi mengenai pelanggan baik yang sering berkunjung atau yang hanya sesekali datang.

Program *CRM* yang dimiliki Hotel Santika Bengkulu adalah kartu pelanggan loyal yang dikenal dengan *S.I.P (Santika Important Person)*. Bagi pemilik *member card* ini akan mendapatkan banyak keuntungan mulai dari potongan harga kamar hotel hingga *reward* untuk menginap dari poin yang telah dikumpulkan. Data ini juga digunakan perusahaan untuk mengirimkan ucapan selamat ulang tahun bagi konsumen loyal hotel dan jika memungkinkan, perusahaan akan mengirimkan hadiah untuk perusahaan atau instansi yang berulang tahun.

2. *Birthday Gift*

Setiap pelanggan loyal, instansi dan perusahaan besar serta rekan media berulang tahun, perusahaan akan mengirimkan hadiah biasanya berupa kue ulang tahun serta kartu ucapan selamat.

3. *Guest Retention*

Kegiatan ini biasa dilakukan setiap pagi mulai dari pukul 08.30 atau waktu tamu sarapan. Kegiatan ini sederhananya dapat dikatakan sebagai media untuk mendapatkan informasi mengenai kepuasan pelanggan mengenai fasilitas hotel. Mengingat tidak

semua orang akan menulis untuk kotak saran mengenai hotel. Dengan pendekatan seperti ini diharapkan bahwa perusahaan dapat mengetahui kekurangan yang dirasakan oleh pelanggan untuk agar segera diperbaiki.

3.3.5 Morning Briefing

Ini adalah kegiatan rutin yang hampir selalu dilakukan setiap pagi dan menjadi keharusan bagi seluruh departemen di perusahaan untuk melakukannya. *Morning briefing* biasanya berisi mengenai laporan sesuai departemen masing-masing. Untuk departemen *Corporate Communication*, yang dibicarakan seputar keluhan dan masukan pelanggan, kemudian sistem komunikasi yang terjadi di perusahaan, *update* mengenai *media list*, kemudian *advertising* yang akan dinaikkan oleh Hotel Santika Bengkulu kemudian, *design* terbaru dari program penawaran hotel, *stakeholder mapping*, pemberitaan mengenai Hotel Santika Bengkulu yang dimuat di media

3.3.6 Training

Hotel Santika Bengkulu secara berkala melakukan pelatihan-pelatihan untuk karyawan di perusahaan yang bertujuan untuk meng-*update* informasi dari induk perusahaan yaitu PT Grahawita Santika. Saat mengikuti kerja magang, peneliti sempat mengikuti *training* komunikasi internal dan *training banquet system*.

3.4 Kendala

3.4.1 Media Monitoring

Tidak banyak kendala yang ditemui untuk *media monitoring*, yang cukup menyulitkan kadang kali terdapat kesalahan antara *event* yang diselenggarakan dengan yang ditulis dimedia. Kekurangan media di Bengkulu adalah kurang aktifnya para rekan-rekan wartawan untuk bertanya mengenai detail acara yang diadakan di hotel. Selain itu, keterlambatan penerbitan berita juga terkadang menyulitkan karena telah lewat dari tenggat waktu yang diberikan.

3.4.2 Kegiatan *Media Relations*

Kendala yang sering kali ditemui adalah ketika mengundang wartawan dalam sebuah acara, kerap kali terjadi pembatalan sepihak dari rekan media dengan berbagai alasan mulai dari adanya tugas mendadak dari redaksi hingga alasan pribadi. Banyak pula wartawan non-formal yang datang tanpa diundang ketika acara berlangsung. Wartawan ini seringkali disebut sebagai wartawan *bodrek* oleh pihak perusahaan karena tidak memiliki media resmi dan tentunya juga tidak memiliki kartu tanda pers. Tak jarang wartawan *bodrek* ini meminta sejumlah uang sebagai timbal balik dari berita yang katanya akan mereka terbitkan dimedia mereka. Tetapi ada aturan tak tertulis dari perusahaan bahwa wartawan seperti ini tidak perlu diladeni tetapi terkadang sangat mengganggu.

Follow up pemberitaan tidak menemui kendala khusus karena rekan-rekan media hampir seluruhnya dikenal baik secara personal oleh pihak hotel. Selain itu, tak jarang pemberitaan yang dimuat dimedia cetak menjadi lain pengertian dari *press release* yang dikirimkan oleh pihak hotel dan kadang cukup memberatkan. Contohnya, Hotel Santika Bengkulu Mengadakan Buka Puasa Bersama dengan Anak Yatim, begitu judul *press release* yang disebar. Namun ketika naik cetak, bahasa yang digunakan oleh media terkadang tidak sesuai dengan standar dari perusahaan. Dari judul tadi, berganti menjadi Hotel Santika Bengkulu Memberikan Santunan Kepada Anak Yatim dan Piatu. Dalam standar kegiatan yang bersifat sosial,

Hotel Santika menerapkan kebijakan agar pemberitaan yang diangkat untuk tidak terlalu mengekspose tetapi tetap diberitakan namun menggunakan bahasa yang lebih halus.

3.4.3 Event Management

Kendala yang sering dihadapi adalah klien yang terkadang tidak konsisten terhadap permintaannya sendiri. Ketika pertemuan pertama, akan dijelaskan persyaratan kemudian apa saja yang ditawarkan perusahaan. Tetapi dipertemuan selanjutnya, permintaan klien berubah karena beliau merasa permintaan mereka pada pertemuan sebelumnya tidak seperti itu. Sedangkan hotel memiliki SOP mengenai *meeting client* sehingga kemungkinan untuk terjadi kesalahan sangat sedikit. Selain itu pula, ketika eksekusi acara, banyak sekali permintaan tambahan yang diajukan oleh klien yang sebenarnya dari awal sudah diinformasikan bahwa penambahan apapun minimal 3 jam sebelum acara mengingat semua *employee* diperusahaan sudah dibagi *job desk* nya masing-masing.

3.4.4 Customer Relationship Management

Tidak ditemukan kendala yang berarti dalam meng-*input* data CRM karena segala sesuatunya menggunakan sistem dan teknologi. Kesulitan hanya sebatas urusan teknis, seperti internet yang terkadang lama hingga gangguan pada sistem.

Kendala yang dihadapi ketika melakukan *guest retention* setiap pagi biasanya sebatas tamu seperti apa yang sedang menginap. Untuk tamu lokal sendiri, ketika diajak mengobrol ringan dipagi hari hampir seluruh masih mau untuk melayani, tetapi menjadi berbeda ketika dihadapkan dengan tamu ekspatriat. Perbedaan budaya menjadi *gap* yang terkadang

menyulitkan untuk *public relations officer* melakukan pendekatan dengan mengajak berbincang pagi. Tak jarang pula ada klien yang sangat cerewet dan protes mengenai berbagai hal yang sebenarnya sudah ada aturan diawal *check-in* namun tetap harus dihadapi dengan kepala dingin karena konsumen yang cerewetlah yang biasanya akan kembali lagi ke hotel.

Untuk *follow-up sponsorship*, tidak ada kesulitan yang terlalu memberatkan. Kendala hanya sebatas ketika berkoordinasi dengan departemen-departemen mana saja, terkadang peserta magang masih sedikit kebingungan, namun cukup terbantu dengan rekan-rekan dikantor yang sangat sabar dan teliti dalam mengajari.

3.4.5 Morning Briefing

Dalam kegiatan pagi ini, tidak ada kendala yang ditemui peneliti karena sifat kegiatan ini yang fleksibel sehingga bisa menyesuaikan dengan kesibukan di pagi hari.

3.4.6 Training

Kesulitan hanya sebatas memahami pemaparan yang dibawakan oleh *manager* ketika *training* mengingat materi sebelumnya tidak pernah peneliti pelajari mengenai *Banquet Hotel System* di Hotel Santika Bengkulu.

3.5 Solusi

3.5.1 Media Monitoring

Yang dilakukan peneliti adalah menelpon media-media yang telah diberikan *press release* sehari sebelumnya namun belum menaikkan beritanya ke media cetak mereka. Sesuai dengan arahan perusahaan adalah

dengan bertanya apakah ada yang kurang dipahami dari *press release* yang telah disebarkan dengan harapan jika memang ada yang kurang jelas atau juga sebagai *reminder* untuk rekan media bahwa perusahaan menunggu berita tersebut untuk ditulis dan dicetak.

3.5.2 Kegiatan *Media Relations*

Perbedaan mengenai standar *press release* dapat diatasi dengan baik jika dilakukan koordinasi diawal antara pihak *in-house PR* dengan rekan-rekan media. Hal ini bertujuan agar ketidaksepahaman mengenai standar pemberitaan yang dimiliki oleh media dengan bahasa pemberitaan yang diinginkan oleh perusahaan dapat dicarikan titik temunya, *win win solution*. Yang dilakukan peneliti sesuai dengan arahan *supervisor* perihal wartawan *bodrex* adalah dengan menanyakan kartu pers resmi mereka, kebanyakan dari mereka tidak dapat menunjukkan dan dengan cara yang sopan peneliti mengatakan bahwa yang bias masuk harus memiliki kartu pers tersebut karena sudah regulasi dari perusahaan.

3.5.3 *Event Management*

Tamu adalah raja. Terkadang banyak permintaan dari klien pada saat meeting dan pada saat eksekusi ditemukan banyak penambahan. Jika memang pada saat itu *client* meminta penambahan missal berupa porsi makanan atau kursi dan memungkinkan untuk disediakan, maka akan disediakan. Tentunya hal ini melihat situasi apakah pada saat itu departemen *Food and Beverages* serta *Restaurant and Banquet* bias memenuhi permintaan.

3.5.4 *Customer Relationship Management*

Karena yang menjadi permasalahan hanya sebatas teknis seperti internet yang terkadang lama, tidak ada solusi yang bisa diberikan karena selain itu semua baik dan lancar dalam proses memasukkan data tamu.

Kegiatan *guest retention* secara keseluruhan sangat membantu dalam perkembangan hotel karena dari tamu-tamulah, perusahaan dapat melihat kekurangan apa saja yang dimiliki dan bagaimana untuk memperbaikinya. Solusi yang dapat diberikan adalah perlunya *training* mengenai komunikasi antar budaya agar ketika melakukan *guest retention*, diharapkan agar *in-house PR* dan marketing yang melakukan *retention* dapat melihat tamu seperti apa dan harus dihadapi dengan cara yang bagaimana. Dengan melakukan pendekatan yang berbeda untuk tiap-tiap orang yang berbeda, akan memberikan *input* yang diharapkan jauh lebih bermanfaat untuk perusahaan.

Selanjutnya tidak ada kendala yang berarti dan mengganggu proses *follow up sponsorship*. Peneliti hanya sempat kebingungan untuk penyebaran *memo* dan permintaan dari pihak yang menjadi pemohon terkadang suka mengada-ada seperti misalnya, ketika perbincangan sebelumnya perusahaan tidak menyetujui jumlah makanan yang akan diberikan, tetapi pada saat perbincangan sebelumnya, pemohon mengatakan bahwa perusahaan setuju.

3.5.5 Morning Briefing

Tidak ada kesulitan sama sekali. Kegiatan ini menjadi rutinitas wajib setiap pagi di perusahaan untuk semua departemen.

3.5.6 Training

Mempelajari materi *training* sebelumnya tentunya tidak bisa dilakukan dengan sekejap mata. Yang peneliti lakukan adalah mencoba memahami sebaik mungkin apa yang diterangkan oleh *manager* dan jika menemui hal