



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 pelaksanaan kerja magang, penulis diposisikan sebagai *Public Relations Intern* dengan periode selama tiga bulan. Selama menjalankan kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan *supervisor* yaitu Flaviana Giovanni Natasha selaku *Public Relations*. *Public Relations* Kristal Hotel ditempatkan pada divisi *Sales & Marketing*, karena memberikan pengaruh terhadap perkembangan hotel. *Public Relations* dalam Kristal Hotel berperan sebagai *Marketing Communication* Hotel yang menjalankan tugas dalam melakukan promosi yang diberikan oleh pihak hotel, kemudian menjalin kerjasama dengan perusahaan lainnya, membangun relasi dengan para media, meng-*update* sesuatu hal yang baru kepada publik. *Sales* sendiri bertugas untuk menjual jasa yang diberikan oleh hotel kepada *customers*, dan juga menjalin hubungan baik dengan para *customersnya* agar dapat menjaga loyalitas dari para *customers*.

#### **3.2 TUGAS YANG DILAKUKAN**

Penulis diberikan pekerjaan langsung dibawah divisi *Public Relations* Kristal Hotel. Selama periode kerja magang, penulis diberikan beberapa tugas yang berkaitan dengan PR, seperti:

##### *1. Event Management*

Penulis ditugaskan untuk membantu memberikan ide konsep acara yang akan diadakan, melakukan promosi acara. Dalam acara *longstay gathering*, penulis ikut membantu dalam mencari referensi pilihan MC untuk mengisi acara tersebut. *Kristal Hotel* mengadakan beberapa acara, yaitu *Halloween* dan *Oktoberfest*. Penulis juga ikut berpartisipasi membantu dalam menyiapkan *event* yang akan berlangsung hingga saat *event* tersebut sedang berlangsung.

### *Media Relations*

Dalam menjalankan *media relations*, penulis diberi tugas untuk melakukan *media monitoring* setiap hari. Kemudian, penulis juga membantu dalam meng-*compile guest comment* dari media online (*google, tripadvisor, agoda, dan booking.com*). Selanjutnya penulis membantu dalam memberikan ide *press release* tentang promo Satu Lagi Bar yang ada di Kristal Hotel. Lalu, mengumpulkan info - info tentang *event* yang akan diadakan pada setiap bulannya, untuk memperbaharui *What's on* pada *Website* Kristal Hotel.









### 3.3 URAIAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Dalam melaksanakan aktivitas kerja magang, penulis menjalankan tugas yang berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* dalam dunia perhotelan. Dalam menjalankan tugasnya sebagai *public relations intern*, penulis dibimbing oleh *public relations* yaitu Flaviana Giovanni Natasha. Beberapa tugas yang diberikan kepada penulis adalah melakukan *media monitoring*, *event management*, memberikan ide mengenai *press release*, dan tugas tambahan lainnya.

#### a) *Event Management*

*Event* menjadi tugas atau *tool* seorang PR dalam mengembangkan perusahaannya. Dalam mengembangkan perusahaan, Kristal Hotel juga menjalankan fungsi PR untuk mengadakan *event* yang cocok bagi perusahaannya, guna meningkatkan *awareness* publik kepada perusahaan. Menurut Kennel, dkk (2012, h.3), *event management* merupakan suatu pengelolaan dan koordinasi kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan suatu acara.

*Event* dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *corporate event* dan *marketing event*. *Corporate event* adalah sebuah program yang dirancang oleh perusahaan dengan tujuan untuk promosi, peringatan, penghargaan, dan lain-lain. Acara ini dilakukan sesuai dengan visi misi perusahaan. Sedangkan, *marketing event* adalah jenis promosi dimana perusahaan dikaitkan dengan suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk menciptakan *experience* bagi konsumen dan promosi sebuah produk atau jasa.

*Event* terbagi menjadi tiga sesi menjadi, *pre - event*, *event*, *post event*. *Pre - event* merupakan proses persiapan sebelum acara berlangsung, seperti melakukan promosi, pembuatan proposal, dan lain-lain yang berkaitan dengan kelangsungan acara nantinya. *Event* merupakan proses acara yang sedang berlangsung seperti, menjalankan *rundown*, mengawasi acara yang sedang berlangsung, dan lain-lain saat acara sedang berlangsung. *Post - Event* adalah fase terakhir saat acara telah selesai seperti, melakukan evaluasi, menyusun laporan pertanggung jawaban, rekap kembali data, dan lain-lain.

. Menurut Aaker (1991, h,51) *Brand awareness* terbagi menjadi empat tingkatan, yaitu :

- *Unaware of a Brand*, artinya merek masih belum diketahui oleh publik.
- *Brand Recognition*, artinya adalah tingkat minimal dari *brand awareness*, pengenalan suatu brand kembali muncul setelah dilakukan pengingatan kembali melalui beberapa bantuan.
- *Brand Recall*, artinya adalah *brand* kembali diingat tanpa menggunakan bantuan.
- *Top of Mind*, artinya adalah *brand* yang muncul pertama kali dalam benak konsumen, atau *brand* tersebut merupakan *brand* utama dari beberapa *brand* yang ada di benak konsumen.

Dalam membangun *event*, menurut Goldblatt (2010, h.42) terdapat lima tahap yang harus dilakukan , yaitu:

#### 1. *Research*

*Research* yang dilakukan dengan tepat, dapat mengurangi resiko kegagalan dalam *event*. *Research* dilakukan sebelum *event* berlangsung untuk menunjukkan dengan tepat *needs, wants, desire*, dan *expectations* calon pelanggan. Untuk dapat merencanakan *event* yang tepat dengan *audience* tersebut. Dalam tahap ini, penulis mengumpulkan informasi mengenai hal-hal yang sedang disukai oleh publik, sebagai bahan pertimbangan dalam membangun sebuah *event*. . Penulis mencari informasi berupa promo, *event* yang diadakan dan sedang *booming* di hotel lain, dan berita mengenai industri pariwisata. Informasi yang telah dikumpulkan menjadi masukan dalam pembuatan *event*, promo, dan lain-lain. Dalam *event* Halloween, penulis membantu dalam memberikan hasil *research*, seperti contoh konsep acara *Halloween* di hotel-hotel lain sebelumnya. Informasi yang didapat dari hasil pencarian *youtube* dan *google*. Saat perencanaan *event Longstay Gathering*, Kristal Hotel tidak melakukan *research* secara menyeluruh. Kristal Hotel

hanya melakukan *research* untuk mengetahui pada hari apa acara *Longstay Gathering* akan diadakan dengan membagikan kuisisioner kepada penghuni *longstay* di Kristal Hotel. Dalam kuisisioner, penghuni *longstay* diminta untuk memilih hari apa acara diadakan, dari hasil kuisisioner yang telah dibagikan, sebagian besar memilih pada hari jumat *event Longstay Gathering* diadakannya, dan pihak Kristal Hotel menjalankan *event* tersebut pada hari jumat.

## 2. *Design*

*Design* bertumpu pada kemampuan para pelaksana acara dalam berkarya untuk membangun pengalaman yang lain bagi para *audience*, agar tercipta kesan positif. Tahap *design* adalah membangun konsep acara yang ingin dilaksanakan, seperti penentuan *venue*, tema, *target market*, dan kapan akan diadakan. Penulis dalam tahap ini membantu dalam memberikan ide mengenai *venue* dan tema apa yang akan di bangun. Dalam mengadakan *event*, Kristal Hotel juga menentukan tema apa yang akan dibangun dan juga acara seperti apa yang ingin diadakan. Pada tahap *design*, penulis membantu dalam memberikan ide konsep acara yang akan diadakan, mulai dari tema yang disusun, *vanue* yang dipilih, siapa yang menjadi *target market*, dan kapan acara itu diadakan dan mengapa diadakan pada hari tersebut. Dalam Kristal Hotel, alasan *vanue* biasanya berada pada area Kristal Hotel, karena tujuan *event* diadakan untuk mempromosikan Kristal Hotel, dan juga sebagian besar peserta yang ikut adalah penghuni hotel. Dalam *event New Year*, penulis membantu dalam pembuatan ide konsep mengenai acara yang akan disusun, penulis memilih konsep mengenai LEGO, karena *target market* yang dipilih oleh penulis adalah *family*. Menurut penulis konsep itu sangat cocok untuk keluarga dan anak-anak menyukai permainan lego. Lalu dalam pemilihan *vanue*, penulis memilih *swimming pool* untuk menjadi tempat dilangsungkannya acara. *Swimming pool* dipilih oleh penulis untuk dilaksanakan acara *New Year*, karena tempatnya cukup besar,

mampu menampung banyak orang, lalu tempat cocok dengan konsep yang dibangun oleh penulis, penulis juga memiliki konsep dengan adanya beberapa *tenant games* untuk menunggu pergantian tahun, dan terakhir *swimming pool* dipilih karena penulis mengajak pengunjung untuk melihat kembang api secara langsung yang sebelumnya telah disediakan oleh panitia.

### 3. *Planning*

*Planning* dilakukan memerlukan pertimbangan yang cukup banyak, karena mudah dipengaruhi oleh perubahan eksternal dan akhirnya sering mengalami beberapa perubahan, pengurangan, dan penambahan. *Planning* dapat dipengaruhi dari luar, seperti saran dan kritikan dari anggota yang akan mengadakan acara tersebut. Dalam Kristal Hotel, PR dapat menentukan sendiri siapa yang akan menjadi anggotanya dalam keberlangsungan *event*, beberapa dari *jobdesk* tidak diisi dengan sumber daya yang sudah berkompeten pada bidangnya, yang mengakibatkan *event* berlangsung dengan tidak maksimal. Penulis mengambil bagian juga dalam anggota yang disusun oleh PR. Dalam *event Christmas Brunch*, penulis memiliki tugas dalam mendokumentasikan aktivitas selama *event* berlangsung. Hasil dari dokumentasi penulis nantinya akan dipublikasikan di media sosial Kristal Hotel untuk dipromosikan. Kemudian, ada beberapa *event* yang diadakan tanpa sumber daya yang kompeten di beberapa *jobdesk* misalnya, MC. Kristal Hotel memiliki pengujung yang sebagian besar adalah orang luar negeri, dan menggunakan bahasa inggris, tetapi MC yang dipilih tidak menguasai bahasa inggris secara baik.

### 4. *Coordination*

Dalam melakukan *event*, seorang manajer *event* harus dapat mengkoordinasi setiap pihak - pihak pelaksana *event* sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan. Koordinasi dalam sebuah *event* sangat penting, agar *event* dapat berjalan dengan sukses. Sehingga, dapat meningkatkan citra perusahaan. Tahap

*coordination*, merupakan tahap *event* sedang berlangsung dan PR berperan sebagai koordinator dalam sebuah *event* dan penting bagi PR untuk mengetahui kepada siapa harus berkoordinasi bila terjadi kejadian yang tidak sesuai dengan rencana yang telah direncanakan. Dalam menjalankan *event*, PR dan *Executive Assistant Manager* berperan sebagai koordinator saat Kristal Hotel mengadakan *event*. Penulis membantu agar acara dapat berjalan sesuai dengan *rundown* yang telah disusun dan juga membantu sebagai *group leader* pada saat acara *Halloween*, menjaga *tenant* yang berisikan *games* untuk pengunjung saat acara natal, mendata kembali peserta dalam acara *longstay gathering*, dan melakukan dokumentasi untuk nantinya dipublikasikan pada media sosial Kristal Hotel. Dalam melakukan tugasnya, penulis harus berkoordinasi kembali kepada PR mengenai keadaan saat *event* berlangsung yang berkaitan dengan *jobdesk* yang telah diberikan sebelumnya.

#### 5. Evaluation.

Setiap acara yang sudah dilaksanakan, harus diadakan evaluasi. Evaluasi dilaksanakan guna mengukur tingkat keberhasilan suatu acara. Pada tahap ini, Kristal Hotel hanya menyampaikan laporan pengunjung dan jumlah peserta yang mendaftar pada acara tersebut kepada atasannya saja, tidak kepada anggota yang berperan dalam pelaksanaan *event* tersebut. Penulis juga menyampaikan pendapat mengenai *event* yang telah dilangsungkan sebelumnya dan juga memberikan saran yang sekiranya dapat menjadi masukan bagi PR.

Penulis ikut serta dalam membantu acara yang diadakan, seperti *Halloween*, *Oktoberfest*, Natal, tahun baru, dan lain-lain. *Halloween* merupakan acara yang diadopsi oleh Kristal Hotel dalam mengadakan *event*, karena mayoritas penghuni hotel yang ada di Kristal Hotel adalah orang dari luar negeri. *Halloween* sendiri diadakan pada dua tempat yang berbeda dengan target market yang berbeda juga, di *Orchid Restaurant* dan

di Satu Lagi Bar. Acara tersebut juga dimeriahkan oleh beberapa bintang tamu seperti, pesulap, *band*, dan *games*.

Oktoberfest merupakan salah satu acara yang diadopsi dari luar negeri juga, khususnya Jerman. Acara ini diadakan selama 16 hari, selama pertengahan September hingga pertengahan Oktober. Acara ini memperingati hari besar di Jerman, kemudian identik dengan meminum *beer* dan beberapa makanan khas Jerman.

Penulis juga ikut membantu dalam memberikan ide mengenai konsep acara yang akan diadakan, serta membantu dalam menyebarkan event yang akan diadakan. Penulis dan PR melakukan publikasi melalui flyer dan juga media sosial, lalu penulis beserta dengan PR menjadi penanggung jawab selama acara berlangsung. Dalam menjalankan *events* yang berlangsung, PR dan yang berpartisipasi lainnya dalam acara harus menggunakan *dress code* yang telah ditentukan sebelumnya oleh PR seperti, menggunakan kostum hantu.

Dalam menjalankan tugas PR dalam mengadakan *events*. *events* sendiri dimanfaatkan oleh PR untuk menjalin loyalitas pengunjung terhadap hotel agar lebih intim dan merasa bahwa mereka merupakan bagian dari Kristal Hotel. Selain itu tujuan *events* adalah untuk meningkatkan *awareness* publik kepada hotel, meningkatkan reputasi perusahaan kepada *stakeholders* yang bersangkutan.

#### b) *Media Relations*

Menurut Johnston (2013, h.6) *media relations* adalah komunikator dan penjaga hubungan perusahaan dengan media. Menurut Bland, dkk (2005, h.1-2) dengan menggunakan *media relations* secara efektif, *public relations* tidak hanya akan meningkatkan reputasi perusahaan mereka saja, tetapi juga diri reputasi individunya sendiri, dan membangun hubungan kerja yang baik dengan jurnalis di kemudian hari.

Menurut Johnston (2013, h.30), *media relations* memiliki fungsi untuk melakukan negosiasi dengan media, peran sentral dalam membangun kata-kata dan gambar kepada masyarakat untuk menciptakan persepsi yang diinginkan.

Peran *media relations* dalam *public relations* sangatlah penting, karena bertujuan untuk membangun hubungan kerja yang baik dengan para jurnalis, hubungan yang baik dapat berefek positif bagi perusahaan dalam melakukan publisitas perusahaan. Publisitas digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan, reputasi perusahaan, meningkatkan hubungan yang baik dengan *stakeholders*, dan lain-lain.

Menjalin relasi yang baik dengan media atau jurnalis merupakan suatu hal penting bagi Kristal Hotel, karena dengan adanya Kristal Hotel sejak lama, Kristal Hotel harus dapat bersaing dengan hotel - hotel yang baru dengan tetap menjaga citra dan kepercayaan dari setiap pengunjungnya yang datang ke Kristal Hotel maupun yang belum. Lalu menjalin hubungan yang baik dengan media, dapat menjangkau publik secara lebih luas lagi.

Selama periode magang dilakukan, penulis di Kristal Hotel memiliki beberapa tugas yang berkaitan dengan *media relations*:

a) *Media Monitoring*

Sebagai hotel yang berdiri sejak lama, harus dapat mengikuti perkembangan zaman dan selalu dapat *update* dengan hal - hal yang baru, agar tidak tergerus pangsa pasarnya oleh hotel - hotel yang baru berdiri. Oleh sebab itu, fungsi dari *media monitoring* sangatlah penting dalam memantau suatu hal yang baru dari sektor *tourism* di Indonesia yang nantinya akan di analisis dan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengembangan hotel.

Penulis diberi tanggung jawab untuk membantu PR dalam melakukan *media monitoring*. Penulis bertugas untuk melakukan *tracking* mengenai berita - berita mengenai *tourism*/pariwisata setiap harinya dalam media *online*. Dalam menjalani tanggung jawab ini, penulis memberikan laporan setiap harinya/*PR daily report*. Penulis tidak hanya ditugaskan dalam mencari berita dari *media online* saja, tetapi juga melalui media cetak seperti koran Expat, majalah Inclover, majalah Sarasa, dan lain-lain.

Menurut berita dari Kompasiana (2019), Definisi *Media Monitoring* adalah proses membaca, melihat, dan mendengarkan

pemberitaan dari media baik secara *online* maupun *offline*, lalu diidentifikasi dan dianalisa khususnya konten yang mengandung kata kunci atau topik tertentu sesuai dengan yang dibutuhkan oleh perusahaan (Sumber: kompasiana.com, 2019, para. 2). Menurut William (2010, h.3) *media monitoring* merupakan proses membaca, menonton, atau mendengarkan konten media secara berkelanjutan yang kemudian diidentifikasi, disimpan dan dianalisis. Kemudian, fungsi *media monitoring* menurut William (2010, h.3) adalah untuk menilai tingkat keberhasilan *news release*, menemukan informasi mengenai pesaing dan isu-isu yang relevan terhadap organisasinya, mengelola reputasi perusahaan, memahami kelebihan dan kelemahan komunikasi pada perusahaannya, dan mengidentifikasi peluang bisnis yang baru.

Penulis juga melakukan pencarian promo-promo yang diadakan oleh hotel di Indonesia dan juga restaurant yang memiliki kemiripan dengan restaurant yang ada di Kristal Hotel. Data yang dikumpulkan untuk masukan bagi hotel dalam pembuatan promo setiap bulannya. Lalu, penulis juga mencari data mengenai perkembangan industri pariwisata agar perusahaan tidak ketinggalan dengan hal-hal yang sedang *booming* untuk melihat peluang bisnis apa yang dapat dibangun mengenai industri pariwisata.

Lalu Penulis juga melakukan *compile* mengenai *guest comment* kepada Kristal Hotel melalui media *online* seperti, Google, Tripadvisor, Agoda, & Booking.com. *Guest comment* akan dilaporkan secara berkala setiap minggunya kepada PR untuk menjadi bahan analisis dan evaluasi bagi pihak hotel, kemudian juga untuk memberikan *feedback* kepada pemberi komentar agar terjadi komunikasi dua arah.

*Media monitoring* berfungsi sebagai tolak ukur sebuah perusahaan terhadap kompetitornya, dan juga sebagai bahan analisis, serta evaluasi suatu perusahaan agar dapat bersaing dengan

para kompetitornya. Kegiatan ini dilakukan agar pangsa pasar dari sebuah perusahaan tidak tergerus dengan kompetitornya.

b) *Press Release*

*Press Release* merupakan suatu berita atau informasi yang disusun oleh pihak perusahaan kepada media mengenai hal - hal baru yang ada pada perusahaan tersebut dengan harapan mendapatkan publisitas dari media tersebut.

*Press Release* mengandung unsur 5W + 1H, yang terdiri dari:

- *What : apa yang hal yang terjadi?*
- *Where : dimana hal itu terjadi?*
- *When : kapan hal itu bisa terjadi?*
- *Who : siapa yang terlibat dalam hal itu?*
- *Why : mengapa hal itu bisa terjadi?*
- *How : bagaimana berlangsungnya kejadian tersebut?*

Penulisan menggunakan gaya piramida terbalik, yang artinya informasi semakin lama akan lebih spesifik dan jelas. Hal itu dilakukan agar pembaca yang membacanya dapat langsung mengerti tanpa harus terjadi kesalahpahaman dalam membaca dan informasi yang tersampaikan dapat lebih efektif. Kemudian, memudahkan para media dalam melakukan edit terhadap *press release* yang dikirimkan dan pesan yang dikemas oleh perusahaan tetap sama dan tidak memiliki makna yang ambigu. Dalam penulisan *press release* sudah mengikuti kaidah-kaidah pada *press release*.

Menurut Jefkins dalam Kriyantono (2008:155), terdapat tujuh unsur yang harus ada dalam *press release*, yaitu:

- Subject* : apa yang ingin diungkapkan dalam *press release*?
- Organization* : Siapa (organisasi/perusahaan) pengirim *press release*?
- Location* : di mana kegiatan akan dilangsungkan?

*Advantages* : apa ada sesuatu hal yang baru yang dalam pemberitaannya, apakah nilai yang diperoleh darinya?

*Application* : apa kegunaannya dari pemberitaan itu? Siapa penggunanya?

*Details* : informasi yang ingin disampaikan harus *detail*

*Source* : sumber pengirim *press release* seperti alamat perusahaan atau kontak perusahaan untuk dapat dihubungi.

Penulis berkesempatan untuk dapat membantu memberikan ide mengenai *press release* tentang Satu Lagi Bar, yang berisikan ajakan untuk berkunjung di Satu Lagi Bar.

### 3.3.1 Kendala Proses Kerja Magang

Dalam menjalani praktik kerja magang, fungsi *public relations* dalam Kristal Hotel tidak berjalan dengan maksimal. Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis dan tim internal Kristal Hotel, seperti :

#### 1. Kurangnya Sumber Daya Manusia.

Dalam menjalankan *event* yang berlangsung, banyak kekurangan yang ada, seperti kurangnya panitia yang membantu dalam acara. MC yang membawa acara kurang berpengalaman, karena MC berasal dari pihak internal hotel. *Event* yang dilaksanakan berjalan dengan kurang meriah dan kurang memberikan kesan yang menyenangkan.

Solusinya, memberikan *budget* kepada MC yang akan membawa acara, agar acara dapat berlangsung dengan meriah dan menyenangkan.

#### 2. Fungsi *public relations* yang dibatasi dan kurang jelas.

Dalam menjalankan tugas sebagai *public relations intern*, ada beberapa tugas yang diberikan tidak sesuai dengan *jobdesk* yang diberikan tidak sesuai dengan yang

sudah dipaparkan sebelum menjalankan praktik kerja magang. Kemudian, Divisi *public relations* melakukan pekerjaan yang tidak semestinya dilakukan menurut fungsi PR sebenarnya dan akhirnya terjadi penumpukan tugas pada divisi PR. Lalu, PR tidak diberikan *budget* yang jelas guna melakukan promosi kepada media guna mempublikasikan hotelnya.

Solusinya adalah pihak Kristal Hotel melakukan *breakdown* yang jelas mengenai fungsi setiap divisi agar setiap divisi mengetahui fungsi dan perannya dalam perusahaannya. Memberikan, *budget* kepada PR untuk menjalankan fungsinya dan dapat memberikan dampak positif kepada perusahaan secara jangka panjang