



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

Kerja magang dilakukan dibawah divisi *Public Relations* selama 3 bulan dari bulan Juli sampai Oktober dan dibimbing oleh Ari Eka Putri selaku *Public Relations Manager*. Di bulan September, Ari Eka Putri selaku *Public Relations Manager* mendapatkan promosi pekerjaan menjadi *Assistance of Director Marketing*. Tentunya dengan melakukan kerja magang selama tiga bulan banyak sekali kegiatan yang dilakukan oleh penulis yang antara lain mengadakan dan mengatur *event*, berinteraksi dengan tamu secara langsung, berkomunikasi dengan social media sesuai dengan tugas dari *Public Relations* yaitu menjaga hubungan baik dengan stakeholders terutama sesuai dengan apa yang akan dibahas penulis di dalam laporan magang ini yaitu *stakeholders* eksternal.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tugas yang diberikan kepada penulis selama 3 bulan di HARRIS Hotel & Coventions Kelapa Gading sangat beragam. Tugas tersebut tentunya berhubungan dengan dunia *Public Relations* dimana sesuai dengan mata kuliah yang telah diambil penulis di bangku perkuliahan. Selama 14 minggu penulis memenuhi kewajiban bekerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, penulis banyak sekali melakukan pekerjaan seperti yang akan disebutkan penulis disetiap minggunya dibawah ini :

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang dilakukan Mahasiswa
<p>1</p> <p>Tanggal 2 – 7 Juli 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hotel Tour</i> oleh Sienny Ong bagian dari tim Sales kepada penulis. 2. <i>Event Media Gathering</i> di tanggal 3 Juli 2012 3. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 4. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 5. <i>Preparing</i> untuk <i>Event Cooking Class</i> di tanggal 7 juli 2012. 6. Membagikan majalah Venue, Jalan- Jalan, Event Guide bulan Juli di beberapa spot HARRIS Hotel edisi bulan Juli. 7. Mempersiapkan <i>Press Release</i> untuk Media Gathering yang akan dilaksanakan di tanggal 3 Juli 2012.
<p>2</p> <p>Tanggal 9 – 14 Juli 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Finishing Event Cooking Class</i>, Sabtu 7 Juli 2012 seperti merapikan dokumen yang ada. 2. <i>Preparing</i> untuk <i>Event Cooking Class</i> di hari Sabtu 14 Juli 2012. 3. <i>Media Monitoring</i> baik media online maupun media cetak. 4. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 5. Interview HARRIS <i>Executive Chef</i> yang bernama Chef Robby by JJK Magazine.
<p>3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Finishing event Cooking Class</i> di tanggal 14 Juli 2012 dengan melengkapi dokumen.

<p>Tanggal 16 – 20 Juli 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 3. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 4. Rapat promosi untuk periode Olimpiade dan Ramadhan. 5. Promosi paket berbuka puasa seperti <i>Tajil dan buffet dinner</i>. 6. Membuat Monthly info Bulan Agustus yang berisikan mengenai promosi-promosi yang terdapat di HARRIS Hotel & Conventions di bulan Agustus. 7. Memperbaharui <i>Guest Contact List</i> yaitu data mengenai tamu yang menginap sebagai salah satu bentuk kegiatan CRM.
<p>4 Tanggal 23 – 27 Juli 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan Monthly Info Bulan Agustus yang berisikan mengenai promosi-promosi yang terdapat di HARRIS Hotel & Conventions di bulan Agustus. 2. Membuat list mengenai Tweet Schedule bulan Agustus. 3. Melengkap data <i>Media Contacts</i>. 4. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 5. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 6. Mulai mempromosikan Promo mengenai Olimpiade dan Ramahan. 7. <i>Monthly Report</i> bulan Juli. 8. Memperbaharui <i>Guest Contact List</i> yaitu data

	mengenai tamu yang menginap sebagai salah satu bentuk kegiatan CRM.
5 Tanggal 30 Juli – 3 Agustus 2012	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti aksi <i>Corporate Social Responsibility</i> dari Himpunan Humas Hotel (H3). 2. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 3. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 4. Promosi dan memasukan data mengenai Paper Placemat Games. 5. Melakukan promosi mengenai Ramadhan dan Olimpiade.
6 Tanggal 6 – 10 Agustus 2012	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Event HARRIS Best Employee.</i> 2. <i>Shooting from DAAI TV</i> 3. Melengkapi data mengenai <i>Paper Placemat Games</i> di bulan Agustus. 4. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 5. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 6. Membagikan majalah Venue, Jalan- Jalan, Event Guide bulan Juli di beberapa spot HARRIS Hotel edisi bulan Agustus.
7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 2. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online.

Tanggal 13 – 16 Agustus 2012	<ol style="list-style-type: none"> 3. Melengkapi data mengenai Paper Placemat Games. 4. Mempromosikan promo Ramadhan dan Olimpiade.
<p style="text-align: center;">9</p> <p>Tanggal 27 – 31 Agustus 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaharui Kontak Media. 2. Menyelesaikan <i>Paper Placemat Games</i> di bulan Agustus. 3. Memasukan data <i>Guest Contact List</i> sebagai salah satu bentuk kegiatan CRM. 4. <i>Monthly Report</i> bulan Agustus yang berisikan laporan mengenai kegiatan yang telah dilakukan oleh tim Public Relations selama bulan Agustus. 5. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 6. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online.
<p style="text-align: center;">10</p> <p>Tanggal 2 – 7 September 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengumuman pemenang Paper Placemat Games. 2. Publikasi mengenai pemenang Paper Placemat Games. 3. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 4. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 5. Memperbaharui kontrak-kontrak perusahaan sebagai konsumen HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. 6. Memperbaharui <i>Guest Contact List</i> yaitu data mengenai tamu yang menginap sebagai salah satu bentuk kegiatan CRM.

<p>11</p> <p>Tanggal 10 – 14 September 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memulai berinteraksi langsung dengan Konsumen di waktu Sarapan. 2. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 3. Memanage Komplain tamu yang diterima oleh penulis. 4. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 5. Promosi dan Mengatur <i>Paper Placemat Games</i> bulan September. 6. Memperbaharui <i>Guest Contact List</i> yaitu data mengenai tamu yang menginap sebagai salah satu bentuk kegiatan CRM.
<p>12</p> <p>Tanggal 17 – 21 September 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berinteraksi langsung dengan tamu di waktu sarapan. 2. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 3. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 4. Memanage Komplain tamu yang diterima oleh penulis. 5. Promosi dan Mengatur <i>Paper Placemat Games</i> bulan September. 6. Memperbaharui <i>Guest Contact List</i> yaitu data mengenai tamu yang menginap sebagai salah satu bentuk kegiatan CRM.
<p>13</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berinteraksi langsung dengan tamu di waktu sarapan. 2. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook.

<p>Tanggal 24 – 28 September 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 4. Memasukan data mengenai komplain tamu yang diterima oleh penulis. 5. Promosi dan Mengatur <i>Paper Placemat Games</i> bulan September. 6. Menyelesaikan data <i>Paper Placemat Games</i> di bulan September untuk siap diundi. 7. <i>Monthly info</i> bulan Oktober yang berisikan mengenai promosi-promosi yang terdapat di HARRIS Hotel & Conventions di bulan Oktober. 8. <i>Monthly Report</i> bulan September yang berisikan leporan mengenai kegiatan yang telah dilakukan oleh tim Public Relations selama bulan September. 9. Memperbaharui <i>Guest Contact List</i> yaitu data mengenai tamu yang menginap sebagai salah satu bentuk kegiatan CRM.
<p>14 Tanggal 1-9 Oktober 2012</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengundi pemenang Paper Placemat Games bulan September. 2. Memegang Akun <i>Sosial Media</i> baik itu twitter atau Facebook. 3. <i>Media Monitoring</i> yang dilakukan di media cetak dan media online. 4. Memanage Komplain tamu yang diterima oleh penulis. 5. Berinteraksi langsung dengan tamu di saat sarapan. 6. Mulai dengan <i>Paper Placemat Games</i> bulan Oktober. 7. Memperbaharui <i>Guest Contact List</i> yaitu data mengenai tamu yang menginap sebagai salah satu

	<p>bentuk kegiatan CRM.</p> <p>7. Membagikan majalah Venue, Jalan- Jalan, Event Guide bulan Juli di beberapa spot HARRIS Hotel edisi bulan Agustus.</p> <p>8. Membuat <i>Press Release</i> mengenai acara Halloween yang diadakan di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.</p>
--	--

Tabel 3.1 Tabel Laporan Realisasi Kerja Magang

3.3. Uraian Pelaksanaan Magang

Berikut adalah proses pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja magang HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.

Kegiatan	Minggu ke -													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Handling Event	x	x												
Media Monitoring	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
Kegiatan Corporate Social Responsibility					x									
Social Media Updated	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Guest Relationship											x	x	x	x
Media Relations (Shooting DAAI TV)						x								

Tabel 3.2 Tabel Laporan Kegiatan Kerja Magang

a. *Handling Events*

Selama penulis melakukan kewajiban kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, penulis berhadapan dengan beberapa event yang diadakan oleh pihak *Public relations* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Event tersebut bertempat baik di lingkungan Hotel HARRIS sendiri, maupun event yang diadakan di luar hotel.

Divisi *Public Relations* adalah divisi yang memiliki wewenang dalam mengadakan *event* di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Jika melihat ke laporan pekerjaan mingguan yang telah dilakukan penulis diatas, ada dua *event* besar yang dibuat oleh divisi *Public Relations* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading antara lain adalah *event Media Gathering* dan *Cooking class*.

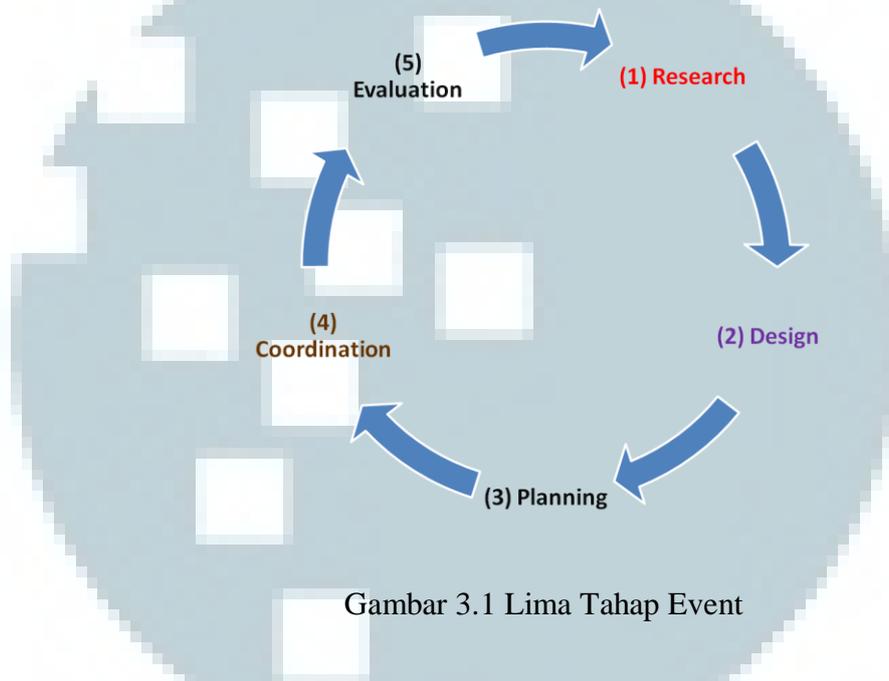
Penulis akan menjelaskan dan menceritakan sedikit mengenai kedua acara tersebut. *Event* yang pertama adalah *event media gathering*. *Event Media gathering* ditujukan untuk mengundang rekan-rekan wartawan ke HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading untuk mengadakan *gathering* bersama. Selain itu, tujuan dari acara *Media gathering* ini adalah untuk memperkenalkan kepada pihak media menu baru yang dihadirkan di HARRIS Hotel beserta memperkenalkan *General Manager* yang baru yaitu bapak Jean Pierre kepada media. *Event Media Gathering* dikemas secara menarik yaitu dengan mengadakan kontes memasak dan berhadiah menarik yang diikuti oleh beberapa rekan media yang bersedia mengikuti kompetisi tersebut. Selain itu, HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading mengadakan undian untuk wartawan yang hadir untuk memeriahkan acara *Media Gathering*. Setiap wartawan yang datang pun

tidak akan pulang dengan tangan kosong karena setiap wartawan yang hadir akan diberikan bingkisan menarik khas HARRIS Hotel.

Event yang kedua adalah *event Cooking Class* dimana event ini sudah diadakan ditahun lalu. Untuk mengulang kesuksesan event tersebut di tahun lalu, pihak *Public Relations* HARRIS Kelapa Gading mengulanginya di tahun ini dengan tiga gelombang, yaitu gelombang pertama di tanggal 30 juni 2012, gelombang kedua di tanggal 7 Juli 2012, dan gelombang ketiga di tanggal 14 Juli 2012. *Event Cooking Class* adalah *event* yang ditujukan untuk anak-anak yang berumur sekitar 5-12 tahun yang suka dengan kegiatan memasak. Di *event* ini, anak-anak akan diajarkan masak dengan aman oleh Koki handal dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Disetiap minggunya *Cooking Class* menggunakan menu yang berbeda dan terdiri dari 2 masakan yang umumnya adalah *maincourse* dan *dessert*. Selain itu, anak-anak juga akan diajak untuk berkeliling hotel untuk memperkenalkan setiap bagian dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading seperti berkeliling ke kolam berenang, *business center*, dan *meeting room* yang berada di lantai lima. Peserta juga diajak untuk mengunjung salah satu HARRIS Room. Tidak lupa kami melakukan dokumentasi berupa berfoto bersama dengan tim pelaksana *event Cooking Class*.

Penulis banyak belajar mengenai proses pelaksanaan *event* yang diadakan selama penulis melakukan kewajiban kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, dan tersebut ternyata apa yang dilakukan saat melaksanakan sebuah *event* sesuai dengan apa yang telah dipelajari oleh penulis di mata kuliah *event management* di semester 6. Menurut Ibu Puji selaku dosen *Event Management* di semester 6 dan berdasarkan buku “Special Events : Event Leadership for a New World” yang ditulis oleh Joe Goldblatt, terdapat 5 tahap pelaksanaan event yaitu *Research, Design, Planning, Coordinating* dan *Evaluation*.

Kelima tahap tersebut berurutan sehingga sebuah *event* yang baik dapat terjadi jika sesuai dengan tahap tersebut. Berikut di halaman selanjutnya adalah bagan yang berisikan kelima tahap terjadinya sebuah *event* :



Gambar 3.1 Lima Tahap Event

Di dalam kerja wajib magang, penulis hanya mengerjakan bagian *Research* yang merupakan tahap pertama dalam melakukan sebuah event. Sebelum melaksanakan sebuah *event* terlebih dahulu harus melakukan *research*. *Research* ditujukan untuk dapat membuat dan menjadikan *event* yang efektif sehingga dapat menjadi *event* yang sukses. Dalam hal ini, penulis menggunakan teknik analisa 5W + 1H, ditambah dengan menanalisa menggunakan teknik SWOT (*Strenght*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Treat*). Penulis menganalisa menggunakan dua tehnik tersebut untuk *event Media Gathering* dan *Cooking Class* sehingga dapat menjadikan *event* yang sukses dikeduanya.

Berikut contoh *Research* untuk *event media gathering* dengan menggunakan tehnik 5W + 1H

- a. *What* : acara apa saja yang dapat menarik para rekan media.
- b. *Who* : Rekan Media siapa saja yang akan diundang.
- c. *Where* : akan diadakan diruangan mana acara Media Gathering tersebut.
- d. *When* : ditanggal berapa, dan jam berapa yang efektif dalam mengadakan acara tersebut.
- e. *Why* : mengapa mengadakan acara media gathering.
- f. *How* : bagaimana cara agar rekan media hadir dalam acara media gathering.

Berikut contoh *Research* untuk *Cooking Class* dengan menggunakan tehnik SWOT :

- a. *Strength* : Kekuatan dari acara cooking Class adalah banyaknya anak kecil yang suka memasak di jaman sekarang, hal tersebut juga dipengaruhi oleh adanya acara di televisi Junior MaterChef yang ditayangkan di Televisi dan membuat anak menjadi termotivasi menjadi koki cilik.
- b. *Weakness* : Adanya anak-anak yang terbilang nakal dan sulit diatur yang dapat memperlambat mulainya acara, peralatan dapur yang beresiko tinggi.
- c. *Opportunities* : memperkenalkan hotel kepada orang tua anak yang datang, dan memperkenalkan keahlian chef dari hotel Harris sendiri.
- d. *Treat* : Adanya hotel lain yang mengemas acara serupa.

b. *Media Monitoring*

Salah satu buku yang penulis gunakan sebagai pendoman penulisan ini adalah buku Dasar Dasar *public Relations* karangan Sr Maria Assumpta Rumanti yang salah satunya berisikan tugas-tugas *Public Relations*. Menurut buku tersebut tepatnya di halaman 39 nomor 2, salah satu tugas *Public Relations* adalah untuk memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang ditugaskan pembimbing magang terhadap penulis. Penulis disetiap hari kegiatannya selalu melakukan *media monitoring* melalui media cetak berupa Koran dan internet yang ditujukan untuk memonitor dan mengevaluasi berbagai tanggapan atau tulisan yang membahas tentang HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Tulisan mengenai Hotel Harris sangat beragam, baik itu yang ditulis oleh wartawan profesional yang terdapat dalam media ataupun yang ditulis oleh masyarakat selaku tamu yang menginap di HARRI Hotel & Conventions Kelapa Gading.

Setiap harinya penulis melakukan *media monitoring* terhadap banyak media cetak terutama media Koran. Setiap harinya penulis membaca 5 media cetak Koran yang berbeda-beda. Media cetak Koran tersbut antara lain adalah Kompas, Media Indonesia, Seputar Indonesia, Koran Tempo, dan Jakarta Post. Seperti contoh masuknya liputan event Cooking Class di salah satu media cetak terkemuka di Indonesia. Selain ke lima media cetak tersebut, penulis juga memonitor media online, ada beberapa media online yang dimonitor oleh penulis antara lain Trip Advisor.com, Booking.com, dan Agoda .com. Media-media online tersebut dimonitor karena di media online tersebut merupakan sarana tamu-tamu dari hotel untuk member penilaian dan memberikan masukan

langsung mengenai keadaan hotel tersebut. Untuk itu, media tersebut dimonitor agar penulis dan tim *Public Relations* dari HARRIS Hotel dapat mengetahui setiap masukan yang ditujukan untuk HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.

Penulis juga belajar banyak dari media monitoring ini karena tidak sedikit masukan yang masuk berupa complain dari pelanggan. Seperti buku Dasar-Dasar *Public Relations* yang menjadi dasar dari pembuatan laporan ini mengenai tugas Public Relations. Menurut buku tersebut, salah satu tugas Public Relations adalah memperbaiki citra. Dengan adanya complain yang masuk ke dalam beberapa media online tersebut, tentunya seorang Public Relations harus dengan sigap dan dengan langkah yang cermat untuk menanggapi setiap keluhan yang masuk ke pihak hotel.

Selain melalui media online dan media cetak diatas, penulis juga melakukan media monitoring melalui Sosial media. Seperti yang kita ketahui, bahwa social media merupakan media baru yang bersifat dua arah. Selama penulis melakukan kewajiban kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, ada beberapa tamu yang menuliskan complain dan masukan terhadap pihak hotel melalui social media twitter. Tntuanya dengan memonitor seluruh media yang ada bbaik itu media cetak, media online, maupun media yang baru yaitu social media, tim Public Relation HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading berusaha untuk mengevaluasi tanggapan dan masukan yang ada menadi komunikasi yang efektif serta menjaga kualitas komunikasi dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading sendiri.

Penulis beberapa kali menemukan adanya keluhan yang berbau negatif yang masuk ke akun salah satu social media HARRIS Hotel. Hal pertama yang dilakukan oleh tim Public Relations dari HARRIS Hotel sendiri adalah menganalisis setiap keluhan negative yang masuk tersebut,

seperti hal yang dipermasalahkan oleh sang tamu, lalu memanggil bagian yang bersangkutan untuk menceritakan mengenai kronologi yang terjadi hingga dapat mendengar dari kedua belah pihak, baik itu dari pihak tamu yang memberi keluhan dan dari pihak hotel sendiri. Setelah dengan jelas mengetahui kronologi yang terjadi, pihak Public Relations akan menghubungi secara pribadi tamu yang memberi masukan tersebut dengan cara membalas melalui social media yang isinya memohon maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi, dan meminta data tamu tersebut untuk penulis masukan untuk dihubungi lebih lanjut. Data yang diminta antara lain nomor telepon untuk dihubungi lebih lanjut oleh pihak kami atau melalui *email*. Setelah mendapatkan data sang penulis masukan, tim *Public Relations* akan menghubungi secara langsung untuk mendengarkan keluhan dan menyelesaikan masalah tersebut dengan baik agar terciptanya hubungan kedua belah pihak yang saling menguntungkan sesuai dengan definisi *Public Relations* menurut Harlow. Harlow memiliki pendapat mengenai PR sebagai berikut “PR merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dari tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama” (Ruslan, 1999:102).

c. Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR)

Kegiatan CSR ini dilakukan oleh organisasi H3 yang memiliki singkatan yakni Himpunan Humas Hotel. Himpunan Humas Hotel tersebut melingkupi wilayah Jakarta. Kegiatan CSR ini dilakukan tepatnya pada tanggal 2 Agustus di panti asuhan Putra Setiayang berada di jalan Keramat Sentiong. Kebetulan Pembimbing magang penulis, Ibu Ari Eka Putri menjabat sebagai sekretaris dari organisasi H3 sehingga beliau banyak terlibat di dalam acara social tersebut.

Kegiatan CSR yang diadakan oleh Organisasi Himpunan Humas Hotel dihadiri oleh sekitar 20 Public Relations dari hotel-hotel ternama di Jakarta. Aksi CSR yang diadakan di Panti Asuhan Putra Setia ini antara lain adalah berbuka puasa bersama dan pembagian “angpao” bagi anak-anak yatim piatu yang berada di sana. Tentunya aksi social ini dihadiri oleh beberapa rekan media yakni Jak TV, Metro TV, dan Tempo.

Sesuai dengan apa yang dibaca penulis di buku *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age* yang ditulis oleh Hopkins, Hopkins berpendapat bahwa Kegiatan CSR adalah

“Corporate social responsibility is concerned with treating the stakeholders of the firm ethically or in a socially responsible manner. Stakeholders exist both within a firm and outside. Consequently, behaving socially responsibly will increase the human development of stakeholders both within and outside the corporation”

Bedasarkan definisi tersebut, CSR memiliki arti bahwa tanggung jawab social perusahaan berkaitan dengan memperlakukan para pemangkukepentingan perusahaan secara etis dan bertanggung jawab social. Stakeholders yang ada baik di dalam maupun di luar perusahaan. Akibatnya, berperilaku social secara bertanggung jawab akan meningkatkan hubungan baik antara perusahaan dengan pemangku kepentingan baik dari dalam maupun dari luar.

d. Social Media Updated

Selain melakukan media monitoring melalui social media, penulis juga melakukan media updated dimana penulis akan membagi informasi-informasi terbaru yang ada di HARRIS Kelapa Gading kepada pengguna social media. Penulis menggunakan social media Twitter dan Facebook untuk membagikan informasi yang ada mengenai Hotel terhadap pengguna

social media lainnya. Seperti contohnya, melalui media twitter @HARRISklpgading, penulis banyak *me-shared* mengenai berbagai kegiatan dan promosi dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading seperti mengenai Fruit of the month dimana asetiap bulannya HARRIS Hotel memiliki jus dari buah yang berbeda-beda. Di bulan Agustus buah yang menjadi Fruit of the Month adalah buah belimbing, di bulan September adalah buah Mangga, dan di bulan October buah pepaya lah yang menjadi Fruit of the month.

Berikut adalah salah satu bentuk promosi Juice of the Month yang dituliskan penulis di akun @HARRISklpgading pada tanggal 4 October 2012:

“ Did you now PAPAYA promotes a healthy digestive tract and help cleans the stomach? #FruitoftheMonth #HARRISJuice #StayHealthy”

Penulis juga menuliskan kata-kata bijak melalui akun twitter @HARRISklpgading pada tanggal 26 September 2012 seperti :

“Hard work doesn’t guarantee success, but improves its changes B.J Gupta. Happy working everyone and goodluck!”

Jika diatas adalah contoh dari akun Twitter, penulis juga menulis status di Facebook seperti mempromosikan Fitness Facilities di Harris Kelapa Gading beserta gambarnya.

e. Guest Relationship

Melakukan kewajiban magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading tentu penulis mendapat pelajaran tersendiri. Hotel

berbintang 4 di kawasan bisnis Kelapa Gading yang tingkat hunian setiap bulannya melebihi 95 % tentunya banyak mendapat pujian maupun komplain dari pengunjung atau tamu yang menginap di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.

Melalui kegiatan penulis setiap harinya, penulis berusaha untuk dapat dekat dengan pengunjung atau tamu dengan berbagai cara salah satunya adalah melalui *Breakfast Comment*. Melalui *Breakfast Comment*, penulis dapat berinteraksi langsung dengan pengunjung atau tamu yang sedang berada di HARRIS Café yang bertempat di *lobby*. Penulis akan mendatangi beberapa pengunjung yang telah bersantai dan telah menyelesaikan waktu sarapan, dan mulai bertegur sapa untuk berinteraksi langsung dengan pengunjung. Tentunya tamu yang datang ke HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading tidak hanya dari Indonesia saja, tetapi banyak yang berasal dari Negara-negara lain seperti Australia, Jepang, Cina, Singapura, Malaysia, Thailand, Belanda, Austria, Argentina, Amerika Serikat, Portugal, dan masih banyak Negara-negara lain. Sebagai seorang *Public Relation*, skill dalam berbicara dan berbahasa sangatlah penting dimana seorang *Public Relations* akan berkomunikasi langsung dengan tamu yang berasal dari Negara yang berbeda-beda, karena itu selama penulis melakukan kegiatan magang, penulis banyak belajar dan merasa sangat terasah dalam berkomunikasi terutama dalam bahasa asing disaat berkomunikasi dengan tamu yang berasal dari salah satu Negara yang penulis sebutkan diatas.

Penulis juga belajar mengenai etika sopan santun dalam berkomunikasi langsung dengan tamu yang sebelumnya belum pernah bertemu dengan penulis. Seperti bagaimana memulai percakapan yang baik, bagaimana melihat situasi dan kondisi, penulis juga belajar untuk melihat karakteristik setiap tamu yang dijumpai saat *Breakfast Comment* dimana setiap tamu tentunya memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

Ada tamu yang senang berinteraksi dengan penulis, ada juga tamu yang menolak untuk ditanya beberapa hal yang penulis ajukan.

Melalui Selama penulis melakukan Breakfast Comment, penulis banyak mendapat masukan baik itu bersifat negative maupun positif. Berikut beberapa contoh percakapan penulis dengan tamu :

Contoh :

- R adalah penulis
- T adalah seorang ibu yang berasal dari Bandung yang tengah menginap di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.

R : Selamat pagi ibu, saya Rhesa Jonathan selaku Public Relations dari HARRIS Hotel. Bagaimana ibu menu Breakfast kami?

T : Selamat pagi, enak kok breakfastnya

R : Terima kasih ibu, kalau boleh tau ibu menginap di kamar nomor berapa ibu? Dan bagaimana kamarnya ibu? Nyaman?

T : Saya di kamar nomor 622, kamarnya enak kok, colorful dan nyaman sekali.

R : Senang sekali ibu mendengarnya, ada saran ibu untuk kami agar kami dapat lebih baik lagi.

T : Tidak, semua sudah sangat baik.

R : okay ibu, terima kasih banyak ibu atas waktunya, have a nice day ibu ☺

Selain melakukan *Breakfast Comment* diatas, penulis juga mengumpulkan dan hamper setiap harinya memperbaharui data dari tamu. Data tersebut berupa nama dan email tamu, sehingga pihak hotel dapat

membagikan berbagai informasi terbaru seputar hotel ke email tersebut. Melalui informasi tersebut, tamu menjadi *update* mengenai berbagai informasi atau promosi yang terdapat di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.

Untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen, HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading juga melakukan beberapa kegiatan yang merupakan kegiatan yang sangat menarik yaitu mengadakan suatu kompetisi yang dapat menjaga hubungan baik dengan konsumen dan menjadikan sebuah loyalitas bagi hubungan keduanya.

Kompetisi yang diadakan oleh HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading adalah kompetisi menarik yang ditujukan bagi tamu yang bersantap di HARRIS Café. Hadiah dari kompetisi ini tidak tanggung-tanggung yakni voucher gratis menginap satu malam di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Kompetisi ini sangatlah mudah, hanya butuh mencari perbedaan di antara dua gambar. Gambar tersebut terdapat sebagai alas dari piring. Tamu hanya diminta untuk mengisi nama dan alamat email, dan pilihan menginap atau tidak.

Tugas penulis disini adalah untuk terus me-update data terbaru sehingga seluruh data tamu yang telah mengikuti kompetisi dapat tercatat dan dapat diundi di akhir bulan. Selain itu tugas penulis adalah memastikan bahwa seluruh tamu yang bersantap di HARRIS Café mengisi kertas kompetisi tersebut, dan memastikan pemenang untuk diumumkan di social media.

f. *Media Relations* :

Sebagai seorang *Public Relations*, hubungan dengan media selaku stake holders eksternal sangat perlu dijaga. Untuk itu selama melakukan kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, penulis

beserta ibu pembimbing magang, Ari Eka Putri banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan media.

Menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi di mata stakeholder. *Media relations* sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. Di sisi lain, fungsi *media relations* yang berjalan baik sangat bermanfaat bagi aktivitas lembaga karena pihak media memberi perhatian pada isu-isu yang diperjuangkan.

Bedasarkan buku *Public Relations* (1995: 98) dan *Periklanan* (1997: 275) yang telah dibaca oleh penulis sebelumnya Frank Jefkins memiliki pendapat mengenai fungsi *media relations* atau *press relations* yaitu menyiarkan atau mempublikasikan seluas-luasnya informasi PR guna menciptakan pengetahuan dan memberi pengertian bagi publiknya.

Bedasarkan buku yang sama, penulis mengutip alasan mengapa sebuah institusi atau dalam hal ini adalah sebuah hotel melakukan dan menjaga hubungan dengan sebuah media. Alasan tersebut antara lain adalah :

1. Media dianggap memiliki peran sebagai perpanjangan tangan untuk berbicara dengan publik, sehingga publik dapat mengetahui aktivitas institusi.
2. Media dinilai dapat membantu institusi dalam menosialisasikan kebijakan kepada masyarakat luas.
3. Media dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif institusi di mata publik.
4. Media dapat digunakan sebagai alat promosi institusi.
5. Institusi dapat lebih dikenal di mata publik jika diberitakan oleh media.

Penulis menyadari benar mengenai alasan diatas mengenai betapa penting menjaga hubungan dengan sebuah media. Hal tersebut dapat terlihat saat praktek kerja magang dimana seorang Public Relations menjaga hubngan baik terhadap media .

Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh penulis sebelumnya telah diatur dalam surat perjanjian kerja sama antara media yang bersangkutan. Misalkan bentuk kerja sama yang ditawarkan adalah HARRIS Hotel dapat menaruh iklan secara gratis tetapi sebaliknya pihak media dapat menaruh majalah atau korannya di dalam Hotel. Itu merupakan salah satu tugas penulis saat majalah datang, penulis akan meng-update seluruh majalah yang terbaru ke beberapa bagian hotel yang menyediakan majalah atau Koran tersebut. Beberapa majalah yang dapat ditemui di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading antara lain adalah Venue, Event, Wonderful, Tempo, Jalan Jalan, dan masih banyak lagi.

Selain itu, Ari Eka Putri juga menjaga hubungan dengan teman-teman media dengan berbagai cara seperti mengundang jika ada acara tertentu, dan juga penulis berkesempatan untuk menemani Ari Eka Putri mengantarkan bingkisan ke rekan-rekan media saat lebaran, sehingga hubungan antara rekan media dan Ari selaku Public Relations HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading terjalin baik.

Hubungan baik dengan media dapat terlihat dari salah satu kegiatan yang dilakukan salah satu media televisi yaitu DAAI TV di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading yang dilakukan pada tanggal 8 Agustus 2012. Kegiatan yang dilakukan antara lain acara memasak yang akan ditampilkan dua episode acara memasak tersebut, dan Hotel Tour untuk memperkenalkan HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Acara memasak tersebut menggunakan koki spesial dari HARRIS Hotel &

Conventions Kelapa Gading sendiri yaitu *Executive Chef* yang bernama *Chef Roby Mardeta* dan *Assistance Executive Chef* yang bernama *Chef Lilis*. Kedua Chef handalan HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading memasak masakan vegetarian handalan dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading

3.4.Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kewajiban kerja magang selama tiga bulan, penulis terkadang menghadapi kendala antara lain

a. Miscommunication

Kendala ini merupakan kendala yang paling sering terjadi selama penulis melakukan kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Menurut pengamatan penulis, *Miscommunication* yang paling sering penulis temukan di lapangan adalah *miscommumication* yang terjadi terjadi di departemen lain dan menyebabkan departemen Public Relations yang mendapat teguran. Misalkan mengenai promosi *Fruit of the Month* yang setiap bulannya berubah. Penulis pernah menemukan bahwa buah yang sudah diinfokan untuk dipajang di tanggal 1 untuk di promosikan tetapi sudah diajang sebelum tanggal satu sehingga menyebabkan tim *Public Relations* harus segera terjun ke lapangan tepatnya di HARRIS Café untuk menghalau miss komunikasi tersebut antara departemen yang satu dengan departemen yang lain.

Selain itu, *miscommunication* yang ditemukan oleh penulis adalah *miscommunication* pihak Hotel dengan tamu yang sering kali menjadi konflik terhadap keduanya. Tentunya saat konflik itu datang, pihak Public Relations harus turut tangan dalam menangani konflik. *miscommunication* juga pernah terjadi antara pembimbing di lapangan dengan penulis mengenai tugas yang diberikan terhadap penulis.

b. Bahasa

Memiliki seorang pimpinan yang berkewarganegaraan perancis tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi penulis. Penulis yang sering kali mendengar bahasa Inggris dengan logat Amerika atau Inggris Raya harus belajar berkomunikasi dengan seorang *General Manager* yang memiliki logat Perancis. Walaupun tidak begiru sering berkomunikasi, tetapi penulis di awal sempat sulit untuk mengerti maksud dari Bapak jean Pierre selaku *General Manager*.

Selain itu, bahasa juga menjadi penghambat saat melakukan *Breakfast Comment*. Banyaknya turis yang berasal dari Jepang dan Cina yang minim menggunakan bahasa Inggris membuat bahasa menjadi penghalang dalam melakukan *Breakfast Comment*.

c. Kurang Besarnya Luas atau *Space* kantor bagian Sales dan Marketing.

Penulis yang terlibat dalam kegiatan Public Relations selama tiga bulan mendapati bahwa kurangnya *space* di dalam kantor bagian Sales Marketing yang menyebabkan penulis terkadang harus duduk semeja berdua dengan salah satu rekan di bagian sales and marketing. Penulis secara pribadi tidak masalah dengan duduk semeja berdua

dengan salahs atu bagian dari tim, tetapi kendala ditemukan saat tim tersebut bekerja dibarengi dengan pekerjaan penulis yang menyebabkan meja dimana penulis duduk menjadi sangat penuh. Belum lagi ditambah dengan posisi duduk penulis yang telah diatur terkadang mempersulit orang untuk keluar atau masuk.

3.5.Solusi atas Kendala yang ditemukan

Solusi yang penulis lakukan untuk menjawab semua kendala yang dihadapi penulis diatas adalah antara lain :

- a. Untuk mencegah adanya *miscommunication* yang sering terjadi, penulis banyak bertanya kepada pembimbing magang mengenai tugas yang diberikan agar tidak adanya *miscommunication* diatara keduanya dan penulis dapat membuat tugas yang sesuai dengan apa yang diperlukan oleh pmebimbing. Selain itu, untuk mencegah *misscommunication* yang terjadi antara departemen yang satu dan yang lain penulis melakukan beberapa hal antara lain adalah dengan cara memastikan secara langsung mengenai hal-hal yang telah dikomunikasikan sehingga dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Dan jika telah terjadi konflik yang diakibatkan oleh adanya *Miscommunication* tersebut, Ibu Ari Eka Putri selaku Public Relations akan membahas dengan tim mengenai kronologi kejadian agar Ibu Ari Eka Putri dapat mengambil keputusan yang tepat untuk menjawab Konflik tersebut.

b. Penulis banyak belajar langsung mengenai bahasa saat bekerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Dalam berkomunikasi dengan Bapak *General Manager* yang berkewarganegaraan perancis, penulis lebih banyak mendengarkan, dan mencoba berkomunikasi lebih sering dengan Bapak Jean Pierre. Dengan berkomunikasi lebih sering, penulis merasakan jauh lebih mengerti dan dapat berkomunikasi dengan beliau dengan baik.

Dalam hal berkomunikasi dengan tamu, penulis lebih banyak mengamati tamu-tamu yang akan ditanya dan mempelajari bahasa mereka secara dasar. Misalkan penulis akan memperhatikan tamu yang menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris sebagai dasar komunikasi mereka agar penulis dapat berkomunikasi dengan tamu dengan baik. Untuk tamu yang minim dengan bahasa Inggris, penulis berusaha menyapa dengan ramah sehingga walaupun tidak dapat berkomunikasi, penulis telah menunjukkan sikap hormat dan menyambut mereka dengan baik di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading.

c. Ruangan memang menjadi salah satu kendala dikarenakan kurang luasnya ruangan yang dimiliki oleh tim Sales Marketing. Untuk itu, penulis menyarankan untuk penataan ulang sehingga ruangan Sales Marketing agar ruangan dapat lebih dimaksimalkan untuk kepentingan bersama dan untuk dapat mendukung kinerja setiap bagian dari tim Sales dan Marketing.