



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama periode pelaksanaan praktik kerja magang, penempatan kerja magang disesuaikan dengan program studi penulis. Dalam kesempatan kerja magang ini, penulis berada dibawah koordinasi dari divisi *Sales & Marketing*. Koordinasi selama proses magang berlangsung berada di bawah bimbingan Julita Wowor selaku *Public Relations Manager*. Namun penulis tetap di bawah tanggung jawab Marlina Bustami selaku *Director Sales & Marketing*.

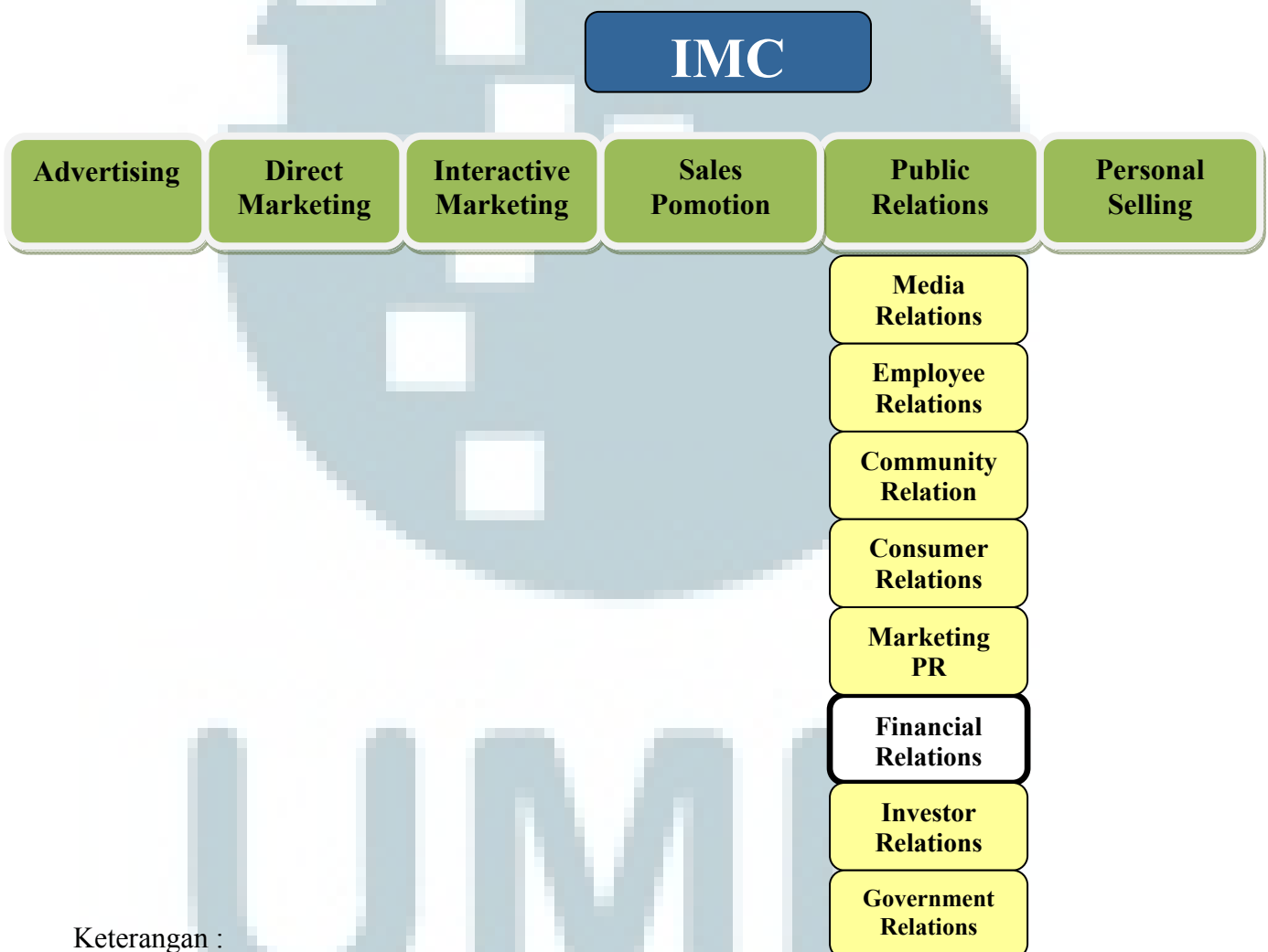
Koordinasi tugas diberikan dengan baik dari PR *Manager*. Sebagai penganggung jawab dari sumber daya manusia dari perusahaan tersebut, divisi HRD berperan sebagai pengawas sikap selama aktivitas magang berlangsung.

Selain berbagai macam aktivitas PR yang dijalankan, penulis juga turut menjalankan dan membantu pekerjaan dari para tim penjualan lainnya, sebagai bentuk terjalin hubungan dengan baik dan komunikasi dengan tim lainnya. Mengingat keberadaan penulis di bawah naungan divisi *sales & marketing*, menyadari hal itu penulis turut berkolaborasi & membantu dengan tim *sales* yang ada. Penulis juga dituntut agar interaktif, inisiatif dan mandiri dalam menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi, terutama apabila terjadi kesalahpahaman baik dalam hubungan internal maupun eksternal. Dalam hal ini, penulis diajak untuk berkontribusi dalam menuangkan ide serta kreatifitas yang ada selama periode magang berjalan. Sehingga keberadaan penulis, didorong untuk bekerjasama dalam kegiatan perusahaan baik internal maupun eksternal.

### 3.1.1 Pekerjaan dan Tanggung Jawab PR Sintesa Peninsula Manado

Penulis menggunakan enam cara komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*) menurut Belch & Belch (2009:18-28). Terdiri dari *advertising*, *direct marketing*, *interactive marketing*, *sales promotion*, *public relations*, *personal selling/publicity*. Selain IMC (Belch 2009:18-28), penulis menggunakan bentuk-bentuk kegiatan *public relations* menurut Lattimore (2007:345). Berikut diuraikan dalam bentuk tabel.

Tabel 3.1



Keterangan :

- : Kegiatan IMC yang dijalankan oleh Hotel Sintesa Peninsula Manado
- : Kegiatan Public Relation yang dijalankan oleh Hotel Sintesa Peninsula.

Struktur di atas sebagai gambaran atau *mapping* dari kegiatan yang dijalankan oleh Hotel Sintesa Peninsula Manado. Untuk menduduki dan menjabat posisi sebagai *Public*

*Relations* di Sintesa Peninsula Manado, diperlukan beberapa keahlian dan kemampuan dalam menjalankan berbagai kegiatan dan program *Marketing & Communication*. Selain itu, PR Hotel juga dituntut untuk dapat membuat perencanaan, mengarahkan, mengawasi, bekerjasama dan berpartisipasi dalam setiap kegiatan komunikasi PR hotel dan mendapat pengarahan dari *Directur Sales and Marketing* dalam membangun kebijakan dan prosedur, mempromosikan dan menjaga komunikasi, dalam rangka mencapai hubungan baik yang saling menguntungkan serta mendapatkan *prestigious image* dari pada *stakeholders* hotel, baik internal maupun eksternal.

Terdapat beberapa tanggung jawab utama yang harus dijalankan oleh PR Sintesa Peninsula Manado, antara lain :

1. *Media Relations* :

- Memperbaharui Database
- Menyusun dan memperbaharui *List Anniversary/Birthday Media Partner*.
- Membuat *Press Release* yang berisi informasi mengenai kondisi dan kegiatan yang dilakukan oleh hotel.
- Membuat publikasi hotel berupa News Letter
- Melakukan *Media Monitoring* secara rutin
- Mengundang para media partner untuk hadir dalam berbagai kegiatan sosial yang diadakan oleh Hotel Sintesa Peninsula
- Menawarkan *special rate* bagi Media Partner
- Menyusun dan mengatur kegiatan *press promotional*.
- Memastikan pembaharuan Press Kit.

2. *Community Relations* :

- Mengadakan program dan kegiatan *community relations* untuk menjaga relasi baik antara perusahaan dan komunitas tertentu

3. *Customer Relations* :

- Memantau dan memperbaharui informasi mengenai hotel yang ditampilkan dalam *website & Social Media* Perusahaan.
- Memantau penempatan dan penggunaan petunjuk – petunjuk di area hotel
- Mengecek kelengkapan fasilitas yang ada di ruangan bagi Tamu Hotel VVIP yang sebelum *Check-in*
- PR harus dapat menjalankan dan menerapkan fungsi *customer relations*, yakni dapat melayani dan mendengarkan keluhan dari para tamu hotel, serta membina dan menjaga hubungan baik dengan customer
- PR harus dapat memastikan dan mengarahkan seluruh tim organisasi untuk bersiap fleksibel dalam menghadapi, melayani, dan memenuhi keperluan dari tamu hotel.

#### 4. *Marketing Public Relations*

##### a. *Production and Promotion Techniques*

- PR harus menyusun program *Marketing* tahunan dengan menjelaskan tujuan-tujuan spesifik serta menyusun perkiraan *budget* yang diperlukan dalam mencapai *goals* yang diharapkan
- Mengawasi dan mengarahkan proses pembuatan publikasi hotel.
- Memastikan *Corporate Identity Manual* untuk tetap *up-to-date* dan terimplementasi secara tepat dan sesuai fungsinya
- Memantau perkembangan promosi dan kegiatan *marketing* dari kompetitor Hotel.

##### b. *Advertising*

- Bekerjasama dengan *purchasing* untuk membuat berbagai keperluan publikasi
- Membuat perencanaan kegiatan dengan pihak media dan media partner
- Mampu bekerjasama dengan *Food and Beverage* dan *Executive Chef* dalam membuat publikasi dan promosi mengenai kuliner yang akan disajikan
- Memantau dan menjaga keberlangsungan serta pelaksanaan kegiatan dengan pihak media.

##### c. *Employee Relations*

- a. Membangun komunikasi yang baik dengan seluruh karyawan
- b. Merancang kegiatan-kegiatan untuk karyawan dalam menciptakan suasana yang lebih kondusif sekaligus mempererat hubungan yang baik antar karyawan .
- c. Bertugas juga dalam memonitor *Grooming* dari pada karyawan sehingga mereka dapat tampil secara maksimal dalam memberikan layanan kepada tamu.
- d. Meng-update "*List Birthday of Employee*"

##### d. *Government Relations*

- a. Membuat dan meng-update *List anniversary/birthday of Government*
- b. Mengupayakan terjalinnya hubungan yang baik dengan pemerintah
- c. Menjalankan kewajiban dengan baik
- d. Menjalankan berbagai kegiatan "*gathering*" dengan institusi pemerintah

U M N

### 3.2 Tugas yang dilakukan

Selama dua bulan melaksanakan praktik kerja magang, penulis diberikan kesempatan untuk membantu mengerjakan dan menjalankan beberapa program rutin PR Sintesa Peninsula Manado, dengan menerapkan ilmu pengetahuan tentang PR yang dimiliki penulis, PR Sintesa Peninsula Manado menerapkan program *Integrated marketing communications* yang terdapat beberapa program PR di dalamnya, seperti *advertising, media relations, community relations, customer relations & advertising* serta membantu menjalankan salah satu program *Internal Communications*. Dari beberapa kegiatan PR yang dijalankan oleh Sintesa Peninsula Manado, penulis berkesempatan untuk turut terlibat dalam beberapa kegiatan PR yang telah tersusun dalam bentuk tabel dibawah ini.

Minggu Ke	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mengikuti <i>training: "grooming for employee"</i></li><li>- <i>Media Monitoring</i></li><li>- Bertemu dengan Media (Kompas TV) untuk liputan tentang sejarah Manado</li><li>- Promosi di Sosial Media (<i>Wording Promo Package</i>)</li><li>- Menyusun <i>Fact Sheet</i></li><li>- Email Blast (E-Campaign) "<i>Ramadhan Package</i>"</li><li>- Contact Media Gorontalo untuk jalin kerjasama</li><li>- <i>In-House Checklist</i></li><li>- Buka Puasa dengan Media Partner, Corporate Rate, dan kompetitor</li><li>- Monitoring event "Grand Final Nyong- Nona Manado"</li><li>- Bertemu media M-Channel "Shooting Acara Ramadhan"</li></ul>
2	<ul style="list-style-type: none"><li>- Media Monitoring</li><li>- In-House Checklist : Monitoring VVIP Room &amp; checklist Executive Lounge</li><li>- Filing &amp; Update event Tahun 2013</li><li>- Update list Anniversary/Birthday (government, media Partner, Company &amp; owner)</li><li>- Checklist VVIP Guest Room</li><li>- Follow-up Media Gorontalo untuk jalin kerjasama</li><li>- Membuat Welcome Letter for VVIP Guest</li><li>- Menghubungi Radio CNN Gorontalo dalam menjalani Kerjasama</li></ul>

3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Membuat Press Release : Food &amp; Beverages “ Sweet Kurma “ di Tribun Manado</li> <li>- In House Checklist (Executive Lounge, Front Desk, Lobby)</li> <li>- Monitoring Sales Call (Adira, Departemen Keuangan Negara)</li> <li>- Mencari Souvenir Untuk Office</li> <li>- Analisis Kompetitor” Hotel Swiss Belhotel”</li> <li>- Membuat Press Release</li> <li>- Update Package in House (lounge, Gardenia)</li> <li>- Update Package di TV Room</li> <li>- Membuat Lebaran Card</li> <li>- Menyusun Konsep “Independence Day”</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing dengan Sales &amp; Marketing Management</li> <li>- Media Monitoring</li> <li>- Menyusun Konsep “Christmas &amp; New Year 2013”</li> <li>- Update List Sponsorship “Christmas &amp; New Year 2013”</li> <li>- Membuat Press Release “Kegiatan Sahur On the Road”</li> <li>- Membuat Press Release Perlombaan Futsal antar Karyawan</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing dengan Sales &amp; Marketing Management</li> <li>- Membuat Press Release “Gala Dinner Idul Fitri”</li> <li>- In House Checklist &amp; Update Flyer Gala Dinner Dinner di Lounge, FO, Lift)</li> <li>- Membuat Run – Down Acara New year Party</li> <li>- Membuat Press Release “ Independence Day Promo + Email Blast”</li> <li>- Promotion di Sosial media +Application Mobile (Wording)</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing dengan Sales &amp; Marketing Management</li> <li>- Media Monitoring + Email Blast</li> <li>- Membuat Press Release Independence Day “Promo 68</li> <li>- E-Campaign Independence Day Promo 68</li> <li>- Update Collateral 05<sup>th</sup> Floor</li> <li>- Update Promo in House</li> <li>- Membuat Press Release “Perayaan Hari Kemerdekaan Di Sintesa Peninsula</li> <li>- Membuat Press Release “Final Futsal Antar Karyawan</li> <li>- Monitoring Sales Blitz di Kawasan Megamas</li> <li>- Bertemu dengan Media</li> </ul>
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing dengan Sales – Marketing Management</li> <li>- Media Monitoring + email Blast</li> <li>- Media Visit (Tribun)</li> <li>- Update Promo in House</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat dan Distribusi Pool Rules and Regulations 2013</li> <li>- Update Contract Rate</li> <li>- Wording Promo Package (Application Mobile , Facebook + Twitter )</li> <li>-</li> </ul>
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing Sales &amp; Marketing Management</li> <li>- Media Monitoring + Email Blast</li> <li>- Follow Up Sponsorship</li> <li>- Photo Taking Food and Beverages</li> <li>- Update promo package in house</li> </ul>
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Monitoring + email blast</li> <li>- Briefing Sales</li> <li>- Membuat Press Release “After Office Hour’s Corner”</li> </ul>

Dari tabel diatas menggambarkan berbagai tugas yang dilakukan oleh penulis. Berbagai kegiatan tersebut tergolong ke dalam berbagai bentuk dari implementasi strategi IMC.

### 3.2.1. *Direct Marketing*

Bentuk kegiatan *Direct Marketing* yang dilakukan oleh penulis pada saat magang, yaitu *Sales Blitz*, dan *Sales Call*. Bentuk kegiatan ini serta keterlibatan penulis dalam kegiatan tersebut akan dijelaskan secara rinci pada sub-bab selanjutnya.

### 3.2.2. *Sales promotions*

Penulis juga berkontribusi dalam implementasi promosi penjualan yang dijalankan oleh Hotel Sintesa Peninsula. Penjelasan selanjutnya akan di uraikan pada sub-bab uraian pekerjaan magang.

### 3.2.3. *Advertising*

Berbagai macam kegiatan periklanan dari Hotel Sintesa Peninsula, juga melibatkan penulis dalam berkontribusi dalam kegiatan tersebut. Keberadaan penulis dalam kegiatan ini selalu berkoordinasi dengan *PR Officer* dan Desain Grafis dan sesuai dengan instruksi dari *PR Manager*.

### 3.2.4. *Interactive Marketing (Internet)*

Hotel Sintesa Peninsula juga turut menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada, dengan menerapkan *interactive marketing* dalam berkomunikasi



dengan *stakeholders* dari Hotel Sintesa Peninsula. Hal ini memberikan kesempatan penulis juga untuk berkontribusi di dalamnya.

### 3.2.5. *Public Relations*

Komponen lain yang sangat penting dalam *promotional mix* dari IMC yang telah dijalankan oleh Hotel Sintesa Peninsula yaitu hubungan masyarakat (*public relations*). Ada berbagai macam kegiatan PR yang dapat dilakukan penulis terkait dengan aktivitas PR.

- a. *Media Relations*
- b. *Customer Relations*
- c. *Employee Relations*
- d. *Government Relations*
- e. *Community Relations*
- f. *Marketing PR*

Berbagai macam aktivitas PR baik secara internal maupun eksternal yang telah dijalankan oleh penulis pada periode magang berjalan akan di jelaskan dengan rinci pada sub-bab selanjutnya.

U  
M  
N

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

##### 3.3.1.1 Direct Marketing

Menurut George Belch & Michael Belch, pemasaran langsung atau *direct marketing* adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan dan atau transaksi penjualan Belch & Belch dalam Morisan (2007:17).

Pemasaran langsung dapat didefinisikan sebagai suatu sistem *marketing* oleh perusahaan yang mengkomunikasikan secara langsung produk dari perusahaan tersebut kepada target market untuk mendapatkan respon atau mendorong pembelian.

Pada saat periode magang, penulis mendapat kesempatan untuk berkontribusi dalam kegiatan penjualan langsung kepada konsumen Hotel Sintesa Peninsula. Ada dua macam kegiatan *direct marketing* yaitu *sales blitz & sales call*. Kegiatan *direct marketing* pertama yang dilakukan oleh penulis yaitu *sales call*. *Sales call* merupakan kegiatan dari tim *sales & PR* Hotel Sintesa Peninsula untuk bertemu langsung dengan para konsumen biasanya tim *sales* telah memiliki daftar konsumen yang berbeda-beda yang harus dikunjungi tiap hari. Berbeda dengan PR, *sales call* bukan merupakan kegiatan rutinitas tapi hanya disesuaikan dengan *schedule*. Pada saat magang, penulis dan PR *Officer* mengunjungi salah satu perusahaan swasta yaitu Bank BRI, dan PT. Adira. Tugas yang dilakukan oleh penulis, menyediakan *sales kit* yang berisikan promo serta informasi tentang perusahaan, selanjutnya membantu PR *Officer* dalam mengkomunikasikan promo terbaru yang ada di Hotel Sintesa Peninsula.

Kegiatan selanjutnya yang berhubungan dengan aktivitas penjualan langsung, yaitu *sales blitz*. Berbeda dengan kegiatan yang pertama, *sales blitz* merupakan kegiatan penjualan secara langsung ke tengah-tengah masyarakat. Biasanya kegiatan ini, diadakan pada hari jumat dan untuk lokasi yang pilih biasanya berpotensi dilalui oleh orang banyak dengan membagikan sejumlah media yang digunakan untuk pemasaran secara langsung yaitu: katalog, kupon, *flyer* yang memungkinkan pesan yang disampaikan dapat di-*customized* sehingga lebih familiar bagi *target market*. Pada saat magang, penulis dengan tim yang ada mendapat tugas membagikan *flyer* tepatnya di kawasan mega mall, sebagai salah satu tempat yang memiliki tingkat pengunjung yang tinggi. Kegiatan ini terkait dengan mempromosikan promo terbaru dari Hotel Sintesa Peninsula yaitu “Promo 68” di hari kemerdekaan Indonesia yang ke-68.

### 3.3.1.2. Advertising

Menurut Shimp, (2003:257) secara umum, periklanan dihargai karena dikenal sebagai pelaksana beragam fungsi komunikasi yang penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi lainnya:

1. *Informing*: Periklanan membuat konsumen sadar akan merek-merek terbaru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif
2. *Persuading*: iklan yang efektif akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan .
3. *Reminding*: Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen.
4. *Adding Value*: Iklan memberi nilai tambah pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen.
5. *Assisting*: Peran utama periklanan adalah sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses pemasaran

Terkait dengan aktivitas periklanan, penulis mendapat kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan tersebut. Ada beberapa tugas yang dapat dilakukan oleh penulis pada saat magang. Tugas pertama yaitu mengkonfirmasi dengan media percetakan, terkait dengan pemesanan *standing banner*. Kegiatan selanjutnya penulis mendistribusikan media iklan (*advertising*) ke berbagai tempat baik secara internal maupun eksternal.

Secara internal Hotel Sintesa Peninsula juga, menggunakan berbagai macam media periklanan sebagai *promo in house*. Tugas yang dilakukan oleh penulis berkoordinasi dengan desain grafis untuk mendistribusikan media periklanan berupa (*standing banner, roll banner, poster*) di lokasi-lokasi tertentu yang ada di perusahaan antara lain (*Lobby, lounge, Lift, TV guest room*) dan di Papan Promo yang terletak di depan area masuk Hotel Sintesa Peninsula. Selanjutnya penulis juga berkoordinasi dengan *Front Office* dalam mengupdate *collateral* di kamar-kamar serta di ruangan tertentu. dalam mempersiapkan *event "Manado City Fest"* yang dihadiri oleh artis dalam negeri dan luar negeri (Planet Shakers, Cherry Belle, Sammy Simorangkir, dll.). Kegiatan tersebut terkait dengan *media distributions* secara internal.

Secara eksternal, penulis berkoordinasi dengan pihak *concierge & front office* yang bertugas mengirimkan secara langsung *standing banner* ke tempat Bandara Soekarno Hatta. Tugas lainnya yang dilakukan oleh penulis, yaitu terkait dengan *advertising lips*. Penulis

mendapatkan tugas untuk mengirimkan materi *ad-lips* mengenai promo “Gala Dinner Ramadhan” ke Radio Memora. Selanjutnya melakukan *follow-up* dengan pihak memora berhubung ada beberapa hal yang harus dikoreksi terkait dengan *backsound* dari iklan dianggap kurang cocok. Sehingga penulis mendapat tugas untuk mengkonfirmasi kembali dengan pihak radio memora untuk mengklarifikasikan hal tersebut.

Selain beberapa kegiatan di atas, ada juga beberapa kegiatan lainnya yang telah dilakukan penulis berkaitan dengan kegiatan *advertising*. Penulis juga diberikan kesempatan untuk bertanggungjawab dalam pengambilan foto “Photo Taking” untuk menu *Food & Beverages*. Pada kesempatan kali ini, penulis berkoordinasi dengan desain grafis serta *food & beverages* dalam melakukan *Photo Taking*. Hasil dari *photo taking* akan dipublikasikan ke dalam seluruh media promosi perusahaan. Oleh karena itu penulis dituntut untuk mengaplikasikan dengan baik teknik fotografi yang telah dipelajari.

### 3.3.1.3 Interactive Marketing (Internet)

Kehadiran Internet tidak saja telah mengubah cara-cara perusahaan dalam merancang dan melaksanakan strategi bisnis dan pemasaran namun juga mempengaruhi program komunikasi pemasaran sebuah perusahaan. Selain berfungsi sebagai media promosi, internet juga dipandang sebagai suatu instrumen komunikasi pemasaran yang bersifat mandiri. Karena sifatnya yang interaktif, internet menjadi cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan konsumen. Morissan(2010:24)

Hingga saat ini, PR Sintesa Peninsula memberdayakan perkembangan teknologi yang semakin canggih, dalam memudahkan berkomunikasi secara praktis, tersebar secara luas, dan efektif, yaitu melaksanakan pemasarannya melalui *social media*. (*facebook Sintesa Peninsula Manado* dan *Twitter @SintesaPeninsula*), *website* : [www.sintesapeninsula.com](http://www.sintesapeninsula.com), dan *email blast*. Pemasaran yang dilakukan secara interaktif melalui CD Roms, *mobile*, TV Interaktif, atau secara online menggunakan jaringan internet untuk mengkomunikasikan produk dan jasa.

Berbagai macam kegiatan (*interactive marketing*) yang dilakukan oleh penulis pada periode magang yaitu *update* berbagai macam promo terbaru dari Hotel Sintesa Peninsula di *social media* (*Facebook* dan *Twitter*) serta di *application mobile* (*Blackberry Messengger*). Berbagai promo yang di-*update* yaitu: *Ramadhan Package*, *Holiday Package*, *Breakfasting Meeting*, *Tadjil Buffet*, *Fitness Happy Our for student*. Selama menjalankan praktik kerja

magang, penulis diajarkan dan diberikan kesempatan untuk membuat *wording* promosi yang akan dimuat dalam materi promosi yang telah ditentukan sebelumnya. Penulis belajar untuk mengolah kata demi kata dalam bahasa Inggris untuk kemudian disusun menjadi kalimat yang atraktif dan mempersuasi pembaca untuk datang dan mencoba promosi yang diadakan oleh hotel.

Penulis juga mendapatkan kesempatan untuk mengontrol publikasi lewat TV interaktif yang ada di setiap *rooms hotel*, dimana setiap promo harus di-*update* sesuai dengan (*time period*).

#### 3.3.1.4 Sales Promotion

Michael L. Ray, *Advertising and Communication Management* dalam Morissan (2007:13) menyebutkan promosi sebagai: “*The coordinations of all seller-initiated efforts to set up channels of information and persuasions to sell goods and services or promote an idea*”. (Koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan)

Dalam praktiknya Hotel Sintesa Peninsula menggunakan penjualan promosi sebagai bagian dari pemasaran yang digunakan untuk berkomunikasi dengan konsumen. Promosi penjualan dianggap sebagai kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah atau insentif kepada tenaga penjualan, distributor, atau konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Terdapat beberapa *promotions tools* yang dapat digunakan dalam kegiatan promosi, salah satunya ialah peran PR.

Dalam hal ini, penulis bekerjasama dengan bagian *sales* untuk menciptakan *shareholders value*, yang berkaitan dengan pembangunan kerjasama yang berkelanjutan dan untuk menjadikan fungsi *marketing* yang berorientasi pada penjualan produk *outlets* atau *rooms*. Untuk meningkatkan okupansi hotel, PR Sintesa Peninsula dalam menjalankan promosi mulai dari Internal dan eksternal perusahaan. PR .

Tugas yang dilakukan oleh penulis terkait dengan penjualan promosi yaitu penulis dituntut untuk memberikan kontribusi dalam bentuk ide/konsep yang bisa dipromosikan pada bulan Agustus. Bentuk-bentuk promosi yang ada meliputi harga kamar hotel, serta untuk *food & Beverages*. Konsep yang diajukan oleh penulis untuk tema promo pada bulan Agustus yaitu “*Independence Day Promo*” dengan warna Merah Putih”. Penulis mengaitkan dengan

Hut Republik Indonesia yang ke-68. Untuk *Food & Beverages*, penulis mengumpulkan berbagai macam referensi mini cake yang bertemakan merah putih sebagai bahan referensi PR dan divisi yang terkait Meskipun pada akhirnya setelah dikoordinasikan dengan PR Manager dan DOSM (*Director of Sales & Marketing*) nama konsep untuk promosi bulan agustus menjadi “Promo 68”. Untuk harga kamar superior menjadi Rp. 680.000,- dan berbagai macam mini cake yang bisa dipromosikan oleh *food & Beverages* dengan harga mulai dari Rp. 6.800 – Rp. 68.000 (Kue Tart Merah Putih).

Selain itu penulis juga, menganalisa program promosi dari kompetitor. Pada saat magang penulis berkesempatan untuk menganalisa salah satu kompetitor dari Hotel Sintesa Peninsula yaitu Swiss bell Hotel.

### **3.3.1.5. Public Relations**

*Public Relations* menurut Lamb (2001:148) menjelaskan Hubungan Masyarakat sebagai fungsi pemasaran yang mengevaluasi sikap publik, identifikasi area di dalam organisasi yang masyarakat mungkin tertarik dan menjalankan suatu program tindakan untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan masyarakat. Perusahaan menggunakan hubungan masyarakat tidak hanya untuk menjaga citra positif tetapi juga untuk mendidik publik tentang tujuan dan sasaran perusahaan, memperkenalkan produk baru, dan membantu upaya penjualan. Berikut berbagai kegiatan PR yang dijalankan oleh penulis selama magang.

#### *3.3.1.5.1. Media Relations*

Menurut Iriantara (2005:30) dalam mendefinisikan *media relations* dipandang sebagai bagian dari humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan yang baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publik-publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Dari pengertian tersebut tampak bahwa aktivitas PR berada pada kata manajemen relasi dan komunikasi yang berujung pada terciptanya hubungan baik dengan berbagai pihak demi meningkatkan pencitraan individu atau perusahaan tersebut. Pencitraan yang terbentuk dengan baik akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan individu ataupun organisasi. Akan meraih keuntungan dari produk yang dijual karena memiliki citra yang baik. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap individu atau organisasi dalam menjalankan bisnis

PR selaku penggerak dan pelaksana fungsi komunikasi, memiliki beberapa cara yang dapat digunakan dan diterapkan guna membina dan mengembangkan hubungan dengan media. PR Sintesa

Hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah menyusun media database ialah mengklasifikasikan media berdasarkan cakupan media, seperti lokal, nasional dan internasional. Selain itu target market dari media partner tersebut. Pengelompokan media berdasarkan cakupan media akan memudahkan PR dalam mengidentifikasi khalayak sasaran yang menjadi publik dari organisasi, serta memudahkan PR dalam menentukan penempatan iklan dan promosi. Langkah selanjutnya ialah membuat format yang berisi informasi dasar penting yang dapat digunakan untuk berhubungan dengan media massa. Format standar berisi informasi mengenai nama lengkap jurnalis /*contact person* , nama perusahaan media massa, alamat lengkap, nomor telepon dan fax kantor, email kantor/prinadi dari jurnalis/*Contact person*, serta jabatan dari *contact person* media.

Penulis selaku peserta magang diberikan kesempatan untuk membuat serta menyusun *database* serta meng-*update* database dari pada media. Pada awal kerja, penulis melakukan klasifikasi nama para jurnalis dan media berdasarkan wilayah cakupannya. Selain itu tugas yang diberikan bersangkutan dengan media *database* , yaitu membuat daftar tanggal ulang tahun daripada jurnalis, ataupun perusahaan media yang bersangkutan. Penulis juga diberikan tugas untuk mencari informasi mengenai media yang ada di Gorontalo sebagai pihak yang akan diajak kerjasama dengan Sintesa Peninsula. Karena hanya beberapa media saja, yang akang diajak kerjasama, tentunya yang sesuai dengan target, serta *positioning* dari media tersebut. Data-data yang hendak di analisis antara lain, target market, pemberitaan yang tercantum di berbagai media gorontalo baik media cetak, elektronik dan sosial media. Selanjutnya, penulis pun mencoba menghubungi media yang dianggap tepat dan sesuai dengan target market dari Sintesa peninsula, untuk membicarakan selanjutnya kerjasama antara Sintesa Peninsula dengan Media di Gorontalo salah satunya yaitu Radio CNN, dan Radio Gorontalo .

Strategi pertama yang berhubungan fungsi PR sebagai *media relations* yaitu “*Media Entertain*”. Selain sebuah data/informasi yang lengkap mengenai media. Hal yang perlu dilakukan yaitu dengan membangun hubungan yang baik dengan para *media partner*. PR Sintesa Peninsula menerapkan program *media relations* sebagai program yang rutin dillakukan dalam menjaga hubungan baik dengan pihak media.

Salah satu bentuk hubungan media yang dilakukan ialah mengadakan *breakfasting event* atau buka puasa bersama dengan para jurnalis dari berbagai media. Penulis berkesempatan dan dilibatkan secara langsung dalam proses persiapan *event* buka puasa serta berbaur secara langsung dengan para jurnalis pada saat acara. Terdapat beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelum pelaksanaan acara buka puasa bersama yakni dimulai dari pengajuan izin mengadakan *entertain* yang harus diajukan kepada *General Manager* Sintesa Peninsula. Setelah mendapat izin, penulis membantu PR untuk berkoordinasi dengan pihak *Food and Beverages* restoran untuk mempersiapkan tempat dan hidangan yang akan disajikan.

Strategi kedua yang diterapkan yaitu, "*Media Visit*": Salah satu bentuk *media relations* yang dijalankan oleh PR Sintesa Peninsula yakni mengunjungi para media (*media visit*). Penulis juga turut ambil bagian pada saat kegiatan media visit. Salah satu kegiatannya pada saat bersama supervisor, penulis mengirimkan kue ulang tahun kepada tribun, berhubungan dengan ulang tahun Kompas Group yang ke-50 tahun. Di sela pertemuan tersebut, penulis pun diajak bersama-sama mengelilingi ruang kerja tiap divisi kantor tribun. Pada kesempatan itu pula, penulis diberikan kesempatan untuk memperkenalkan diri sebagai mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara yang menjalankan praktik kerja magang. Hal tersebut membuat hubungan yang begitu akrab dengan para jurnalis tribun. Bahkan pihak tribun sempat menawarkan bentuk kerjasama yang baru dengan Sintesa Peninsula. Penulis juga membantu PR Officer dalam membuat serta mengirimkan parcel atau cake ke beberapa media dalam rangka menyambut Hari Raya Idul Fitri. Hal ini bertujuan untuk menjaga silaturahmi dengan beberapa pihak media.

*Media Clipping*: PR Sintesa Peninsula Manado melakukan *Media Clipping* secara rutin (harian) dan kemudian dikelompokkan sesuai pembagian media. Media kliping merupakan tugas pertama yang dilakukan penulis tiap harinya. Penulis melakukan kliping iklan dari beberapa media, baik surat kabar, majalah, buletin, mengenai seputar hotel, diantaranya : Tribun Manado, Manado Post, Kompas, Radio Gorontalo, Radio KDFM, Radio Mitra Kawanua, Majalah Inspire. Selanjutnya penulis menyebarkan pemberitaan mengenai perusahaan melalui *e-mail blast* melalui intranet perusahaan kepada beberapa divisi terkait. Informasi dan iklan yang didapat mengenai Hotel Sintesa Peninsula Manado atau hotel kompetitor, kemudian diklasifikasikan berdasarkan tanggal, dan jenis media, selanjutnya disimpan pada



*folder* yang telah disesuaikan. Penulis juga menyebarkan hasil kliping berita ke beberapa divisi *manager*.

Selain beberapa kegiatan *media relations* di atas, penulis juga diberikan kepercayaan untuk menjamu para jurnalis dari berbagai media yang hendak melakukan liputan di Sintesa Peninsula, baik berupa *shooting* atau *photo taking*. Dalam hal ini penulis tidak hanya sekedar menyambut, tetapi bertanggung jawab selama proses peliputan yang dilakukan oleh media, serta penulis harus dapat mengarahkan dan memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh para jurnalis. Selama praktik kerja magang, penulis telah diberikan kepercayaan untuk menjamu beberapa jurnalis dari media Kompas TV, Radio Memora Manado, Radio Mitra Kawanua, dan Koran Tribun.

Penulis juga menghadiri *Press Conference* “Manado City Fest” serta membantu *Sales Banquet* dalam mempersiapkan acara tersebut. Pada kesempatan kali ini, penulis membantu *Sales Banquet Manager* dalam memonitor berlangsungnya kegiatan *Press Conference*. Mengingat kegiatan tersebut terkait dengan salah satu kegiatan *gala event* di Kota Manado, sehingga tidak heran dalam acara *press conference* dihadiri oleh sejumlah media dengan jumlah yang cukup banyak. Hal ini membutuhkan koordinasi dan kerja sama yang baik.

#### 3.3.1.5.2. PR Writing :

Penulisan Media PR: Semua upaya penulisan PR intinya adalah untuk membangun hubungan positif antara organisasi dengan berbagai publiknya. Biasanya melalui teknik membangun citra. Kebanyakan penulisan di ranah *public relations* secara umum terbagi dua. Pertama Informasi yang terkontrol, tentunya dalam hal ini PR memiliki kontrol total untuk konten, gaya penulisan, penempatan dan waktu, (*brochure, advocacy advertising, broadcast material house publications*). Sedangkan bentuk informasi yang kedua yaitu informasi yang tidak terkendali, dalam hal ini PR tidak berkontribusi bahkan tidak memiliki kontrol penuh terhadap penyebaran informasi diberbagai media, melainkan media sendirilah yang memiliki andil yang besar dalam hal ini (*news release*). New releases/rilis berita digunakan untuk semua format penulisan *public relations*. Rilis berita baik cetak dan siaran paling sering digunakan untuk menyebarkan informasi untuk tujuan publisitas dan dikirim ke setiap media (Bivins, 2008:5 )

Salah satu kegiatan yang berhubungan dengan media, yaitu mempersiapkan *press release*. Penulis diberikan tanggung jawab untuk menulis setiap laporan kegiatan ataupun promo terbaru dari Sintesa Peninsula ke dalam sebuah *press release*. Hal ini tentunya dibutuhkan *skill* untuk merangkai kata-kata yang bukan saja menarik namun tentunya memiliki *news value*. Selama periode magang, penulis telah menyusun *press release* untuk beberapa kegiatan atau pun promo terbaru dari Sintesa Peninsula sesuai yang telah disajikan di dalam tabel tugas yang telah dilakukan oleh penulis.

#### 3.3.1.5.3 *Customer Relations*

Menurut Bivins (2008:6) publik yang paling terpenting dari suatu organisasi, adalah pelanggan. Jika suatu perusahaan sukses dalam menarik hati para pelanggan dan kemudian membangun hubungan yang berkelanjutan dengan mereka maka suatu perusahaan akan dapat bertahan.

Hal yang paling diutamakan dalam menerapkan *customer relationships* yaitu keramahatamahan dari pihak hotel menjamu para tamu. Poin penting inilah yang selalu diingatkan kepada seluruh karyawan Sintesa Peninsula dan kepada seluruh *trainee* yang ada, dikomunikasikan tata cara perusahaan pada saat melayani tamu. Pada saat menjalankan kerja magang, penulis juga diberikan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan para tamu hotel, yang sebagian besar merupakan wisatawan yang berasal dari luar negeri. Penulis mendapat tugas untuk membuat "*welcome letter*" kepada tamu VVIP.

Penulis juga bertanggung jawab dalam menjamu salah satu mahasiswa yang akan meneliti Hotel Sintesa Peninsula sebagai objek penelitian skripsinya. Penulis memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan terkait dengan informasi tentang perusahaan serta promo-promo dari Hotel Sintesa Peninsula.

Selain itu penulis juga mendapat tugas untuk meng-*update (Anniversary & Birthday List)* dari para pelanggan prioritas yang digolongkan dalam *corporate rate*. Selanjutnya penulis berkesempatan untuk mengirimkan parsel/*birthday cake* ke pelanggan yang berulangtahun.

#### 3.3.1.5.4 *Event & Sponsorship*

Event merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan atau mempopulerkan suatu hal, dan pada umumnya berkaitan dengan sebuah brand produk

atau perusahaan (Hardiman, 2006:38). Sedangkan sponsorship merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan dengan memberikan bantuan dana atau uang untuk terlibat dalam kegiatan organisasi lain (Hardiman, 2006:121).

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang, penulis diajak untuk berkontribusi dalam event yang dilaksanakan oleh Sintesa Peninsula, antara lain *Gala Dinner Ramadhan*. Penulis sebagai *trainee di PR* diberikan kesempatan untuk berkontribusi dalam acara tersebut. Selain menjadi penerima tamu, selama acara berlangsung, penulis berbaur dengan para tamu

Tugas selanjutnya penulis juga mendapatkan tugas dalam menyusun konsep event tahunan Hotel Sintesa Peninsula yaitu *Christmas & New Year Party*. Tugas pertama yang dilakukan mencari referensi konsep termasuk konsep *christmas & New Year* tahun lalu. Masing-masing *event* tersebut harus memiliki tiga konsep yang berbeda sebagai konsep alternatif. Hal ini menuntut penulis untuk berpikir kreatif mungkin dalam menyajikan konsep. Mulai dari tema acara, *run-down* acara, *dress code* serta lokasi. Untuk acara tahun baru, konsep yang diajukan oleh penulis salah satunya adalah *Hollywood Celebrity Bash*, *Casino Royale Party*, selain itu penulis mengajukan salah satu konsep acara yang belum pernah diadakan di Hotel Sintesa Peninsula sebelumnya yaitu “*swimming pool party*”. Untuk *Chirtmast Party* penulis mengajukan beberapa konsep juga salah satunya *Candy & Cupcakes Christmas*.

Selain itu penulis juga diminta untuk membantu PR Officer dalam menyusun konsep tersebut dalam sebuah proposal yang menarik dan unik. Selanjutnya membantu PR Officer dalam menyusun daftar calon *sponsorship*.

Penulis juga berkoordinasi dengan *Sales Banquet* dalam menyusun acara *schedule* dalam buku banquet, mengenai berbagai pelaksanaan *event* yang akan dilaksanakan di Hotel Sintesa Peninsula, hal ini dimaksudkan untuk membentuk koordinasi yang baik, sehingga pelaksanaan *event* terkoordinasi dengan baik pula.

#### 3.3.1.5.5. *Employee Relations*

Dari berbagai penelitian yang dikemukakan oleh para ahli mengenai *Employee relations*, Menurut Ronald.D.Smith, Karyawan jika diklasifikasikan kedalam sebuah bagian dari publik sebuah perusahaan, maka karyawan tergolong sebagai target/publik internal sebuah perusahaan, atau bisa disebut sebagai produser, pihak yang berperan penting terhadap kinerja sebuah perusahaan. Sesuai dengan definisi yang dikemukakan

oleh Smith, bisa disimpulkan peran dari karyawan dalam sebuah perusahaan begitu sangat penting dalam memberikan kontribusi terhadap kesuksesan sebuah perusahaan. (Smith, 2005:46)

Menyadari betapa pentingnya, peran dari karyawan. PR Sintesa Peninsula Manado, turut menjalankan berbagai kegiatan *employee relations*. Selama kegiatan magang, penulis juga berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan dengan karyawan dalam membangun hubungan yang baik. Salah satunya adalah terlibat dalam acara merayakan *Anniversary* dari Fuji Spa, yaitu salah satu fasilitas yang ada di Hotel Sintesa Peninsula. Selain itu terlibat dalam perayaan ulang tahun dari Marlina Bustami selaku *Director Sales & Marketing*. Dalam kegiatan ini, penulis turut merencanakan *birthday surprise* dengan tim *sales* yang ada, dan penulis juga diundang untuk *lunch* bersama dalam merayakan acara tersebut dengan berbagai karyawan.

#### 3.3.1.5.6. *Government Relations*

Suatu perkembangan penting dalam PR adalah terjadinya hubungan yang lebih erat antara perusahaan, asosiasi dan perserikatan dengan pemerintah, serta semakin meluasnya keterlibatan lembaga-lembaga swasta dalam permasalahan masyarakat. Kepentingan bisnis dan pemerintah menjadi satu serta saling menguntungkan dan kalangan bisnis tidak menganggap lagi pemerintah sebagai lawan, tetapi sebagai mitra kerja (Moore 2004:469)

Dalam praktiknya Hotel Sintesa Peninsula juga menerapkan hubungan yang baik dengan para pemerintah. Beberapa kegiatan *government relations* yang melibatkan penulis yaitu secara rutin meng-*update* (*anniversary list*) dari para pemerintah. Selanjutnya mengirmkan *parsel/birthday cake*. Penulis mendapatkan tanggung jawab untuk membuat kartu ucapan serta berkoordinasi dengan *food & beverages* untuk membuat *birthday cake* yang akan dikirimkan.

Hotel Sintesa Peninsula menempatkan diri sebagai warga negara yang baik. Wujud nyata bentuk kepedulian Hotel Sintesa Peninsula yang menjalankan kewajiban dan etika dalam menjalankan bisnis hotel salah satunya adalah secara rutin tiap tahun Hotel Sintesa Peninsula merayakan Hari Kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 agustus 2013 seluruh karyawan termasuk penulis menghadiri kegiatan upacara tersebut. Penulis bertugas mendokumentasikan kegiatan tersebut. Tugas lainnya terkait dengan *government relations*

penulis berkoordinasi dengan desain grafis dalam membuat kartu ucapan lebaran kepada seluruh institusi pemerintah.

#### 3.3.1.5.7. *Community Relations*

Tujuan diadakannya hubungan yang baik dengan komunitas, memberi informasi kepada komunitas, meningkatkan kesejahteraan komunitas, bekerja sama dengan perusahaan dalam meningkatkan pengertian sistem bisnis dan ekonomi, menunjukkan kepada komunitas bahwa suatu perusahaan merupakan warga yang baik, serta menciptakan iklim bisnis yang menghasilkan kegiatan efisien dan ekonomis serta perusahaan sebagai tempat yang baik untuk bekerja dimata calon karyawannya

Dalam hal ini salah satu kegiatan *community relations* yang melibatkan peran dari penulis pada saat magang, yaitu kegiatan “*Sahur on the road*”. Pada kesempatan kali ini penulis menghadiri kegiatan tersebut, dan mempersiapkan menu berbuka puasa yang akan dibagikan.

Selanjutnya penulis bertugas dalam membagikan menu berbuka puasa kepada komunitas pesantren yang berada di kampung kodo bersama dengan seluruh karyawan Hotel Sintesa Peninsula.

#### 3.3.1.6 Tugas lainnya

- a. Ada beberapa tugas yang melibatkan peran penulis dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dari *Human Resources Department*. Salah satunya penulis dilibatkan dalam *training* mengenai *Grooming Standard* bagi para *trainee*, yang diadakan oleh *Human Resources Manager*. Selain itu penulis juga membantu HRO (*Human Resources Officer*) dalam mempublikasikan *Pool Regulations* dan men-*transalate* ke dalam bahasa inggris.
- b. Penulis juga, membantu PR Officer dalam melengkapi berbagai peralatan yang dibutuhkan oleh tim *Sales & Marketing*. Berbagai peralatan yang dibutuhkan biasanya seperti brosur, map hotel, tas hotel, alat tulis menulis dari para karyawan, kertas, dll. Sehingga penulis juga harus berkoordinasi dengan divisi terkait yaitu “*Purchasing Request*”.
- c. Penulis juga mendapatkan kesempatan, untuk bertanggung jawab dalam mencari *souvenir* untuk Hotel Sintesa Peninsula. Souvenir tersebut diperuntukan bagi karyawan

serta para konsumen hotel sebagai cenderemata dari pihak Hotel Sintesa Peninsula. Penulis mengunjungi berbagai tempat souvenir yang terletak dikawasan pusat Kota Manado.

### **3.3.2. Kendala yang ditemukan**

Dalam melaksanakan kerja magang, penulis menemukan kendala ringan dan dapat terselesaikan dengan baik. Kendala yang ditemukan kurangnya koordinasi dari divisi lain menghambat pelaksanaan tugas dari penulis dalam membantu pekerjaan dari PR Hotel Sintesa Peninsula. Mengingat pekerjaan penulis membutuhkan koordinasi dari divisi lain seperti divisi *Food & Beverages*. Keterlambatan serta kurangnya konfirmasi dari divisi tersebut menghambat setiap kegiatan penulis dalam melaksanakan berbagai kegiatan misalnya *media relations*, *government relations* dalam hal ini penulis secara rutin mengirimkan *cake birthday* kepada pihak-pihak tersebut menjadi terhambat. Kendala selanjutnya terkait dengan koneksi internet menghambat berbagai tugas yang harus dilakukan oleh penulis.

### **3.3.3. Solusi atas kendala yang ditemukan**

Penulis terus berupaya dalam menangani masalah yang ada, terkait kendala-kendala yang ditemukan oleh penulis selama menjalankan praktek kerja magang dengan menggunakan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, seperti kendala yang ditemui pada divisi F&B (*Kitchen*) Penulis selalu membawa buku ekspedisi, sebagai tanda terima dengan divisi *F&B & Kitchen*, mencatat nama penerima. Selanjutnya mengingatkan waktu penerimaan kue tart tersebut. Sehingga dalam hal ini ada kesepakatan untuk *deadline* dalam menyelesaikan pekerjaan dari divisi tersebut. Untuk masalah sistem di perusahaan, penulis terus berkoordinasi dengan divisi *engineering*, dan jika belum bisa ditangani maka penulis melakukan catatan hasil media monitoring mana saja yang belum didistribusikan secara online ke seluruh divisi Hotel Sintesa Peninsula. Selanjutnya berkaitan dengan kegiatan *interactive marketing* (promosi di social media), dalam keadaan yang tidak bisa terkoneksi dengan internet, penulis tetap melakukan promosi melalui *application mobile (blackberry messenger)*.