



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 proses magang berlangsung penulis diberi kedudukan sebagai *Trainee* pada Departemen *Public Relations*. Koordinasi selama proses magang yang berlangsung selama tiga bulan, berada di bawah bimbingan Dhini Harsono selaku *Executive Secretary/Public Relations* di Hotel Grand Zuri BSD City.

Penulis mendapatkan arahan dan bimbingan selama mengerjakan tugas yang diberikan. Penulis diberikan kepercayaan dalam melakukan kegiatan *Public Relations*, mulai dari *media relations*, *media monitoring*, *media clipping*, *online public relations*, *event management*, hingga *corporate social responsibility*. Selain itu penulis juga membantu menangani kegiatan promosi dan kerjasama.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama periode 3 (tiga) bulan melaksanakan praktik kerja magang, penulis melakukan aktivitas *Public Relations* yang diberikan Dhini Harsono selaku pembimbing. Tugas yang dilakukan sangat beragam, berikut adalah pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama proses kerja magang berlangsung di Hotel Grand Zuri BSD City.

PUBLIC RELATIONS				
Media Relations	Event Management	Marketing PR	Corporate Social Responsibility	Online PR

3.3 Pembahasan Kerja Magang

Pada sub bab ini, penulis akan mendeskripsikan mengenai serangkaian aktivitas besar yang dilakukan oleh penulis selama periode magang tiga bulan di Hotel Grand Zuri BSD City:

3.3.1 Media Relations

Hubungan media (media relations) adalah hubungan organisasi dengan media massa sebagai usaha mencapai penyiaran yang maksimum atas suatu pesan public relations dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman publik (Krisyantono, 2008, h.72). Oleh karena itu, penting bagi industri perhotelan menjalankan kegiatan media relations

3.3.1.1 Media Monitoring

Media monitoring merupakan kegiatan pemantauan media yang memiliki pengaruh dan berkepentingan terhadap Hotel Grand Zuri BSD City. Hal ini bertujuan untuk mengetahui informasi terkini mengenai perusahaan, serta mengetahui pandangan media dan publik terhadap perusahaan. Pernyataan tersebut selaras dengan pendapat dari Hardiman (2006, h.78) yang menjabarkan fungsi *media monitoring* sebagai laporan atau masukan berkala bagi pihak manajemen tentang bagaimana media memandang suatu organisasi.

Penulis melakukan *media monitoring* dari *press release* dan iklan yang dipublikasikan baik secara online maupun memeriksa surat kabar yang dikirimkan ke pihak hotel. Aktivitas *media monitoring* dilakukan dalam jangka waktu 1-2 bulan sekali. Pemberitaan dapat dibuat dengan mendata nama media, judul berita, tone pemberitaan dan tanggal dimuatnya. Media yang menjadi target *media monitoring* adalah media-media yang bekerjasama dengan Hotel Grand Zuri BSD City seperti Media Indonesia, Tempo, Tangerang Raya Media, dan lainnya.

3.3.1.2 Media Clipping

Aktivitas *media clipping* merupakan tahap lanjutan dari *media monitoring*. Kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan bukti-bukti berita dari berbagai macam media massa (surat kabar, majalah, tabloid) terkait aktivitas Hotel Grand Zuri BSD City, untuk kemudian diberi data berupa tanggal, nama media, jenis berita/iklan, dan halaman.

Setelah menyelesaikan media monitoring, penulis dipercaya untuk melakukan kliping media dengan mengambil artikel atau iklan tertentu, kemudian diklarifikasikan berdasar bulan dan disimpan pada folder. Kemudian hasil kliping media disimpan oleh *Executive Secretary* sebagai laporan atas aktivitas kinerja perusahaan.

3.3.1.3 Media Report

Kegiatan lanjutan yang dilakukan penulis setelah melakukan *media clipping* adalah *media report*. Penulis mendapatkan kepercayaan untuk menyusun hasil media clipping tersebut ke dalam *database list*, yaitu media-media yang melakukan pemberitaan mengenai Hotel Grand Zuri BSD City, yang kemudian diinformasikan kepada seluruh stakeholder internal melalui *e-mail* internal.

3.3.1.4 Media Entertain

Media Entertain kerap kali dipilih oleh public relations sebagai salah satu taktik untuk menjalin hubungan baik dengan media. Dalam menjalankan *media entertain*, seorang PR dituntut untuk menghormati dan menghargai wartawan, serta menjaga perilaku dan tutur kata yang diucapkan (Partan, 2006, h.123).

Selama periode 3 (bulan) menjalani praktik kerja magang, penulis mendapat kesempatan untuk berpartisipasi dalam aktivitas *media Entertain*

dengan Media Indonesia di minggu kedua. Media entertain yang dilakukan oleh Executive Secretary bertempat di Zuri Lounge, lantai 2, Hotel Grand Zuri BSD City.

Dalam pertemuan dengan Media Indonesia, pihak Hotel Grand Zuri BSD City memberikan jamuan makan siang untuk wartawan, setelah itu wartawan diminta untuk memberikan testimonial tentang makanan tersebut untuk dipublikasikan di media sosial Hotel Grand Zuri BSD City. Dalam pertemuan ini, Executive Secretary melakukan persuasi kepada pihak Media Indonesia untuk memberikan *media placement* secara cuma-cuma bagi Grand Zuri BSD City. Pada kesempatan ini, *Executive Secretary* memberi kesempatan pada penulis untuk bertanya atau berdiskusi dengan pihak media. Pertemuan ini lebih terkesan santai karena berisikan obrolan, candaan, serta diakhiri dengan pemberian *souvenir* dari pihak Hotel Grand Zuri BSD City.

Dengan aktivitas *media entertain*, *Executive Secretary* berharap akan terjalin hubungan baik antara kedua belah pihak, sehingga kegiatan publikasi akan menjadi lebih mudah di masa mendatang. Dalam menjalankan *media relations*, hubungan baik yang terpelihara terus dengan orang-orang media massa, akan memperlancar kegiatan publikasi (Effendy, 2009, h.153).

3.3.1.5 Press Release

Press Release merupakan salah satu bentuk media komunikasi yang kerap kali digunakan oleh public relations, tepatnya digunakan oleh fungsi media relations. Kerap kali public relations menggunakan press release untuk mengomunikasikan aktivitas perusahaannya, seperti ulang tahun perusahaan, program perusahaan, mitra baru, kantor baru, anak perusahaan baru, peraihan penghargaan, dan akuisisi perusahaan.

Executive secretary Grand Zuri BSD City menggunakan press release sebagai sarana penyampaian pesan kepada publiknya. Penulis dipercaya untuk

membuat press release untuk event tahun baru “*The Fantasy New Year*”, kemudian promo Food & Beverage “Ayam Bakar BSD”.

Setelah press release tersebut disetujui kelayakannya oleh Executive Secretary selaku pembimbing lapangan, rilis tersebut dikirimkan kepada sejumlah media seperti Media Indonesia, Tempo, Bisnis Jakarta, Indopos, Tangerang Ekspres, Info Serpong, dan lainnya.

3.3.2 Event Management

Event management merupakan salah satu aktivitas Public Relations yang bisa dijadikan sebagai strategi hotel dalam menjalin hubungan dengan para pemangku kepentingan. *Event management* merupakan suatu kejadian atau peristiwa yang terencana dan melibatkan aktivitas pemasaran, perencanaan keuangan, keamanan, serta manajemen resiko, logistik dan sumber daya manusia, yang saling terhubung satu sama lain dalam membuat suatu acara atau event (McCartney, 2010, h.6).

Sebagai hotel Grand Zuri pertama di daerah Banten, *Executive Secretary* Grand Zuri BSD City perlu membuat publik lebih *aware* terhadap Hotel Grand Zuri BSD City. Salah satu cara yang ditempuh oleh *Executive secretary* Grand Zuri BSD City ialah dengan mengadakan *event* yang terbuka secara umum. Momen yang dipilih untuk mengadakan *event* adalah saat merayakan Tahun Baru 2017.

Untuk menyambut Tahun Baru 2017, serta meramaikan hunian hotel, *Executive Secretary* membuat *event* tahunan dengan tema “*The Fantasy New Year*”. Acara ini mengambil konsep dari cerita dongeng Disney “The Snow Queen”, dengan tema pakaian yang sesuai dengan negeri dongeng tersebut dikenakan oleh seluruh karyawan.

Dalam penyelenggaraan acara tahun baru, penulis berkesempatan untuk mendiskusikan *rundown* acara bersama dengan *sales banquet*,

mengkoordinasikan informasi, menghubungi MC dan pengisi acara, serta mendokumentasikan acara.

Sebuah pelaksanaan *event* tidak terlepas dari kegiatan perencanaan atau biasa disebut event management. Hal tersebut juga dilakukan oleh internal Grand Zuri BSD City, terutama oleh *Executive Secretary/Public Relations* dan Departemen Sales & Marketing.

3.3.3 Marketing Public Relations-Promotions

Salah satu kegiatan *Public Relations* adalah mendukung dan mengarahkan kegiatan *marketing* yang menjadi bagian dari *marketing mix* yang disebut *promotions*. *Promotions* merupakan salah satu cara dalam mengomunikasikan informasi perusahaan kepada pelanggan dengan menggunakan berbagai sarana komunikasi untuk memengaruhi sikap, pola pikir, dan perilaku (McCarthy, 2008, h.368).

Salah satu kegiatan yang dilakukan Hotel Grand Zuri BSD City ialah aktivitas promosi. Dalam hal ini, penulis diberi kesempatan dalam melakukan kegiatan *wording* untuk membantu *IT Design* dalam menetapkan kata-kata yang tepat untuk media promosi hotel, yaitu terkait promosi **Cooking Class & Room Package**.

3.3.4 Corporate Social Responsibility

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan. Perusahaan tidak lagi hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang dapat dilihat dalam kondisi keuangannya saja (*financial*). Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. *Bottom lines* lainnya selain finansial, yaitu sosial dan lingkungan. Hal ini disebabkan kondisi keuangan saja tidak cukup untuk

menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) (Rika Nurlela dan Islahudin, 2008: 3).

Sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), Hotel Grand Zuri BSD City mengajak para anak panti asuhan ikut merasakan kegembiraan dalam menyambut Natal dan Tahun Baru 2017. Grand Zuri BSD City memberikan santunan kepada 2 panti asuhan di wilayah Tangerang Selatan, yaitu yayasan Bhakti Luhur dan yayasan Sayap Ibu Bintaro. Kegiatan ini juga merupakan rangkaian program CSR untuk tahun 2016, yakni berbagi kasih dengan puluhan anak panti asuhan di Tangerang Selatan dengan memberikan bantuan makanan, perlengkapan sekolah, serta uang tunai. Penulis mendapat kesempatan untuk ikut turun langsung dalam kegiatan CSR ini, mulai dari *planning* yaitu *research* tempat (panti asuhan) yang akan dikunjungi sampai mendokumentasikan kegiatan tersebut.

3.3.5 Online Public Relations

Online public relations merupakan pendukung bagi media tradisional *public relations* dengan menggunakan internet dan teknologi nirkabel untuk mengelola komunikasi, mengadvokasi kepentingan klien, dan untuk membangun serta memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara masyarakat dan organisasi (Heath, 2013 , h.622). Dengan demikian, aktivitas *online public relations* memiliki sasaran khalayak yang lebih luas dan beragam. Selain itu, internet sendiri mempermudah orang-orang untuk berkomunikasi serta memperoleh informasi secara cepat.

Pada kesempatan magang ini, *online public relations* adalah kegiatan utama yang diberikan pembimbing kepada penulis. Penulis diberi kepercayaan untuk melakukan *social media project* serta *handle* media sosial Hotel Grand Zuri BSD City setiap hari di mulai pada tanggal 01 November 2016.

Berikut kegiatan yang dilakukan terkait Online Public Relations:

- Melakukan serangkaian update informasi mengenai Hotel Grand Zuri BSD City pada media sosial Grand Zuri BSD City (*Instagram, Facebook dan Website Grand Zuri BSD City*)
- Melakukan photo taking dan photo editing yang akan dijadikan konten sosial media Grand Zuri BSD City. Adapun konten yang didokumentasikan dan dipublikasikan oleh penulis ke dalam *Instagram dan Facebook* adalah:
 - *Product knowledge* Hotel Grand Zuri BSD City (*Rooms, Meeting Rooms, Facilities, Cerenti Restaurant, Chef's menu, Coffee menu*)
 - *Promo Event* Natal dan Tahun Baru
 - Menu baru restoran: Ayam Bakar BSD
 - *Aktivitas media entertain*

3.4 Kendala dan Solusi Dalam Proses Kerja Magang

3.4.1 Kendala yang ditemukan

Kerja magang yang dilakukan oleh penulis tidak terlepas dari kendala yang dialami selama tiga bulan berkontribusi sebagai *Trainee* di Hotel Grand Zuri BSD City. Adapun kendala yang dihadapi oleh penulis, sebagai berikut:

1. Penerapan *public relations* pada Hotel Grand Zuri BSD City belum dilakukan sesuai dengan konsep *public relations*, sehingga dapat dikatakan bahwa peranan *public relations* di Hotel Grand Zuri BSD City belum berjalan maksimal. Misalnya, dalam melakukan *event management*, belum adanya proses perencanaan yang matang seperti penentuan objektif dan evaluasi terhadap *event* sehingga keefektifan setiap *event* tidak terukur.

2. Komunikasi internal belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hotel Grand Zuri BSD City belum memanfaatkan media komunikasi e-mail dengan maksimal. Hal tersebut terlihat dalam pembagian informasi mengenai kegiatan yang disebarakan melalui memo internal yang di-*print*. Kerap kali penyampaian informasi mengenai perubahan kegiatan berjalan lambat. Oleh karena itu, kerap kali terjadi *miscommunication* antara departemen yang satu dengan yang lainnya, terutama pada Departemen *Sales & Marketing* dengan departemen lainnya.

3.4.2 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang dialami selama proses kerja magang, penulis menemukan solusi untuk menghadapi kendal tersebut. Berikut solusi yang dapat dilakukan:

1. Untuk pelaksanaan event ke depannya diharapkan untuk menjalankan tahap penentuan objektif dan evaluasi untuk mengukur sejauh mana event tersebut berkontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan dan dapat menjadi alat ukur serta acuan untuk *event-event* selanjutnya.
2. Dalam mengangani keterbatasan media komunikasi yang dimanfaatkan oleh internal Hotel Grand Zuri BSD City, penulis segera menginformasikan kepada departemen lain, baik dengan *e-mail*, melalui telepon, maupun berbicara langsung. Selanjutnya diharapkan seluruh internal Hotel Grand Zuri BSD City dapat memanfaatkan *e-mail* untuk komunikasi internal agar lebih efektif dan efisien.