



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

Penulis menjalankan program *internship* di Mercure Jakarta Sabang yang posisinya berada di bawah divisi Sales and Marketing, di bawah bimbingan Ika Suryani Ginting selaku Asst. *Marketing Communications and Graphic Design*. Alasan penulis berada di bawah divisi *Sales and Marketing* adalah kedudukan *Public Relations* tidak terdapat secara struktural di Mercure Jakarta Sabang, namun peran PR sangat bersinergi dengan divisi *Sales and Marketing*. Pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing magang kepada penulis sesuai dengan yang kemampuan dan bidang yang ditekunin oleh penulis.

Selama melakukan program *internship* sebagai *Marketing Communications*, penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat *social media planning*, *press release*, dan segala keperluan acara yang akan diadakan di hotel. Implementasi *Public Relations* terdapat di dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh divisi *marketing communications* di Mercure Jakarta Sabang. Dalam satu minggu, penulis secara rutin membuat konten di media sosial yang dimiliki oleh Mercure Jakarta Sabang. Penulis dipercaya oleh pembimbing magang untuk melakukan *social media marketing* yang berguna untuk mempertahankan serta meningkatkan citra perusahaan.

Setiap pekerjaan yang dilakukan oleh penulis itu berada di bawah pemantauan oleh pembimbing magang. Divisi *marketing communications* memiliki peranan penting dalam dalam perkembangan bisnis Hotel Mercure Jakarta Sabang dengan menjalin hubungan kerjasama berbagai pihak seperti, media, perusahaan, dan publik. Bukan hanya kerjasama dengan pihak eksternal saja, *marketing communications* membantu dalam perkembangan bisnis dari perusahaan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas utama yang dilakukan rutin oleh penulis selama melaksanakan program *internship* dibawah divisi *Marketing Communications* adalah melakukan aktivitas *social media marketing* dengan membuat konten *social media Facebook Fanpage*, Instagram dan twitter Mercure Jakarta Sabang. Dalam akun *social media* Mercure Jakarta Sabang biasanya memuat informasi seputar mengenai jasa dan pelayanan yang disediakan oleh pihak hotel. Pembuatan konten *social media* yang dilakukan oleh penulis bisa menjadi sarana promosi yang dilakukan oleh hotel.

Selain itu, penulis juga melakukan beberapa pekerjaan yang dilakukan *Public Relations*, yaitu: *Media Relations* dan *Event Management*. Untuk mempermudah pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama pelaksanaan magang, penulis menjabarkannya dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Ringkasan pekerjaan yang dilakukan

Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa	Minggu ke-												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Online Public Relations:													
a. Konten Facebook Fanpage harian Mercure Jakarta Sabang melalui Hootsuite	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
b. Design Poster Garage Sale		■	■	■									
c. Design Foto Konten Media Sosial			■	■			■	■	■	■	■	■	■
d. Update Microsite : www.mercurejakartasabang.com			■										
2. Media Relations :													
a. Media Monitoring	■	■		■		■	■			■	■	■	■
Monthly Report				■			■						
b. Media Database					■		■						
c. menulis Press Release (Wagyu Steak Promo, World Food Day, Anniversary Accor Day)		■			■				■				
d. Liputan Media MNC Channels		■			■		■						
3. Event Management													
Garage Sale (Internal Event)			■										
Perencanaan Festive Season													
World Food Day Event at The Lobby Restaurant and Lounge					■								
Invitation Event Forwarpar "Wonderful Indonesia"								■					

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada bagian subbab ini, penulis menjabarkan penjelasan berdasarkan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama pelaksanaan program *internship* di Mercure Jakarta Sabang.

3.3.1 Online Public Relations

Implementasi *Public Relations* di Mercure Jakarta Sabang dapat dilihat dari penerapan *Online Public Relations* atau dikenal juga sebagai *Social Media Marketing*. Aktivitas *social media marketing* yang dilakukan oleh penulis adalah dengan membuat konten yang berisikan informasi seputar hotel maupun konten yang bisa mengedukasi publik. Mercure Jakarta Sabang sebagai salah satu industri perhotelan memilih menggunakan *social media* untuk menjangkau *target audiences* dan membangun hubungan dengan *stakeholders*.

Penulis diberi kepercayaan oleh pembimbing magang untuk mengelola *social media* seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dari Mercure Jakarta Sabang. Pengelolaan *social media* yang dilakukan oleh penulis adalah dengan melakukan *update content* pada *social media* setiap harinya. Penerapan *social media marketing* dalam perusahaan mempermudah perusahaan untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan publiknya.

Pembuatan konten *social media marketing* dilakukan setiap minggunya oleh penulis. Pada umumnya, pembuatan konten *social media* terbagi menjadi dua jenis yaitu yang terencanakan dan tidak direncanakan. Yang dimaksudkan dengan tidak terencanakan itu apabila ada suatu kendala yang tidak diprediksi terjadi pada perusahaan dan harus segera dikonfirmasi kebenarannya. Namun selama penulis melaksanakan *internship* di Mercure Jakarta Sabang, pembuatan konten *social media* masih dapat direncanakan.

Tabel 3.2 Template Konten *Social Media*

Hari	Tema	Konten
Senin	Semangat Pagi	It's Monday, but keep SMILING #PositiveAttitude
Selasa	Promosi Ruang Meeting	Make a perfect coziness for your meeting room
Rabu	Ilmu Pengetahuan	Did you know Wiyogo Admodarminto? He was the governor of Jakarta in 1987-1992. He leads Jakarta with discipline and assertiveness. Relic of concept in Jakarta during his leadership namely Jakarta Bersih Manusiawi Wibawa (BMW).
Kamis	Promosi tentang hotel	Feel Welcome, may you have a wonderful experience with us only at Mercure Jakarta Sabang
Jumat	Motivasi	It's Friday! Today is time to spoil your body with massage and treatment. Reserved now by call "0" from your room.
Sabtu	Promosi Makanan	Spare your time on the weekend. Relish the sweetness of Chocolate Lava only at The Lobby

		Restaurant and Lounge.
Minggu	Local Attraction	You can explore the allure of Jakarta by using Transjakarta. The nearest bus stop from Mercure Jakarta Sabang is Halte BI. Its only 5 minutes by walk. Let's explore the city!

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa penulis telah membuat tema yang berbeda-beda setiap harinya. Dengan adanya tema yang dibuat, akan mempermudah penulis untuk memiliki gambaran setiap minggunya mengenai konten *social media* yang harus di *update*. Tema yang telah dibuat hanya digunakan sebagai acuan bukan konten rutinitas yang harus sama setiap minggunya. Apabila ada hari nasional maupun internasional maka konten yang diupload akan berbeda dengan tema yang telah dibuat. Dengan kata lain, konten *social media* yang dibuat oleh penulis selama seminggu itu bersifat dinamis.

Selanjutnya, konten *social media* yang sudah disiapkan biasanya diperiksa kembali oleh pembimbing lapangan sebelum di *post* melalui akun *Facebook Fanpage* Mercure Jakarta Sabang. Hal itu berguna agar segala informasi yang disampaikan sudah sesuai dengan harapan dari pembimbing lapangan. Penulis menggunakan aplikasi *Hootsuite* untuk membuat *schedule* waktu dan hari agar konten dimuat setiap harinya. Bukan hanya *Facebook Fanpage* yang dikelola oleh *Hootsuite*, ada *Instagram* dan *Twitter* juga dari segi konten yang bisa dikelola, sehingga mempermudah pekerjaan *marketing communications*.

Berikut ini *update* yang dilakukan oleh penulis melalui *social media* dan *website* yang di miliki oleh Mercure Jakarta Sabang:

- Setiap dua bulan sekali, selalu ada promo dari *Food and Beverage* dari Mercure Jakarta Sabang dimana penulis membuat konten yang menarik dan membuat *posting promotion event* di awal bulan. Penulis mendapatkan foto mengenai promo F&B dari pembimbing magang dan penulis tinggal membuat konten yang sesuai dan relevan dengan promonya.

Gambar 3.1 Konten promo F&B Mercure Jakarta Sabang



Sumber: Facebook Fanpage Mercure Jakarta Sabang

- Membuat konten yang relevan dan menarik untuk mempromosikan fasilitas yang terdapat di hotel Mercure Jakarta Sabang. Oleh karena Mercure Jakarta Sabang adalah hotel bisnis, jadi sebagian besar penggunaan bahasa yang dipakai adalah bahasa Inggris dalam pembuatan konten *social media*.

Gambar 3.2 Konten *social media* mengenai fasilitas
Mercure Jakarta Sabang



Sumber: Facebook Fanpage Mercure Jakarta Sabang

- Penulis membuat *design* gambar atau foto untuk kegiatan maupun hari besar nasional yang akan di *upload* ke *social media*. Seorang *Public Relations* harus memiliki kreativitas dalam pembuatan *design* yang akan digunakan untuk keperluan perusahaan. Setiap *design* yang telah dibuat oleh penulis biasanya akan diserahkan terlebih dahulu sebelum di *post* ke *social media* atau ke publik.

Gambar 3.3 Desain gambar hari Pahlawan



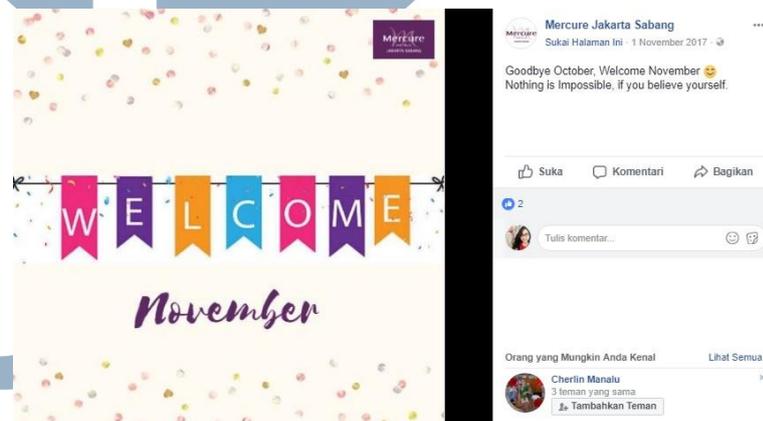
Sumber: Facebook Fanpage Mercure Jakarta Sabang

- Mencari artikel yang menarik seputar kesehatan dan hari-hari besar nasional maupun internasional yang akan dimuat di *social media*. Penulis akan menyesuaikan bahasa yang

digunakan terkait apakah hari tersebut nasional ataupun internasional. Dengan memuat fakta atau artikel yang menarik mengenai hari nasional maupun internasional diharapkan menambah pengetahuan publik melalui *social media* yang dimiliki Mercure Jakarta Sabang.

- Melakukan posting terkait perayaan yang terkait. Misalkan pada awal bulan, penulis melakukan posting “Welcome November” dan memberikan sedikit harapan di awal bulan tersebut. Selain itu, penulis juga menggunakan kata-kata motivasi pada beberapa postingan yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan oleh penulis agar publik tidak jenuh mengenai seputar hotel saja. Biasa penulis melakukan postingan di awal minggu dan menjelang *weekend*.

Gambar 3.4 Desain *social media* Mercure Jakarta Sabang



Sumber: Facebook Fanpage Mercure Jakarta Sabang

- Penulis melakukan posting mengenai promo Accor yang sudah menjadi *mandatory* dari setiap hotel yang berada dibawah naungan *AccorHotels*. Penulis mendapatkan draft materi berupa foto dan konten untuk diunggah di media sosial.

Berdasarkan materi yang diterima oleh penulis, maka penulis hanya tinggal menggunggah sesuai dengan intruksi hari dan tanggal yang sudah ditentukan. Beberapa promo seputar Accor adalah *Weekend Rush*, *member of Le Club AccorHotels*, dan *Black Friday*.

Gambar 3.5 Promo Black Friday AccorHotels

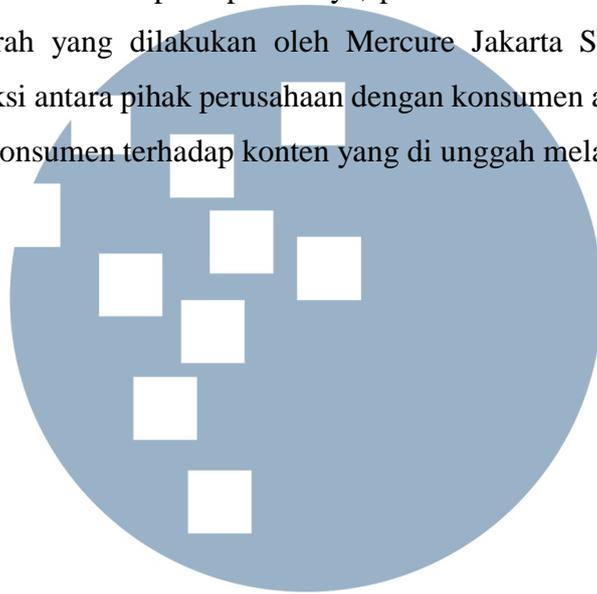


Sumber: Facebook Fanpage Mercure Jakarta Sabang

- Pada praktiknya, penulis hanya memberikan kontribusi sedikit pada *website* Mercure Jakarta Sabang. Aktivitas yang penulis lakukan adalah memperbaharui promo bulanan dari F&B Mercure Jakarta Sabang.

Penggunaan *social media* yang dilakukan oleh penulis diperkuat dengan pendapat dari Breakenridge (2008, h. 25), bahwa *social media* adalah sarana yang menggunakan internet agar adanya interaksi satu individu dengan individu lainnya. Yang artinya bahwa *social media* mengarah pada komunikasi dua arah. Dalam *social media marketing* diperlukannya suatu riset, strategi, implementasi, percakapan dan pengukuran keberhasilan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan (Evans, 2010, h. 8).

Penggunaan *social media* baik dari segi riset, strategi dan implementasi yang digunakan oleh Mercure Jakarta Sabang sudah tepat. Tidak adanya tolak ukur yang dimiliki Mercure Jakarta Sabang, sehingga penulis tidak melihat adanya peningkatan konten *social media* yang telah dibuat. Selain itu pada praktisnya, penulis tidak melihat adanya interaksi dua arah yang dilakukan oleh Mercure Jakarta Sabang. Tidak adanya interaksi antara pihak perusahaan dengan konsumen akan mengurangi daya tarik konsumen terhadap konten yang di unggah melalui *social media*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2 Media Relations

Oleh karena Mercure Jakarta Sabang tidak memiliki divisi khusus PR, aktivitas yang dilakukan oleh penulis selama proses pelaksanaan program *internship* antara lain, seperti *media monitoring*, *media database*, dan *media clipping*, penyebaran *press release*. Terkait mengenai aktivitas yang dilakukan penulis, biasanya bisa dilakukan rutin setiap harinya, namun ada juga beberapa pekerjaan yang tidak rutin dilakukan dalam *aktivitas media relations*. Bagi Mercure Jakarta Sabang sebagai industri perhotelan yang tergolong baru, sangat penting untuk menjalin relasi yang baik dengan media. Hal itu akan berdampak pada reputasi dan citra yang baik bagi perusahaan di mata masyarakat.

Berikut ini pekerjaan yang terkait dengan media relations yang dilakukan oleh penulis antara lain:

- *Media monitoring* adalah pengumpulan berita mengenai perusahaan yang terbit baik di media cetak maupun media online. Media monitoring dilakukan oleh penulis dengan mencari artikel seputar tentang Hotel Mercure Jakarta Sabang. Adapun media yang dilakukan untuk monitoring adalah media cetak dan media online. Media cetak yang ada di Mercure Jakarta Sabang sendiri antara lain, Koran Tempo, Koran Kompas, Tempo English, Media Indonesia dan beberapa majalah lainnya. Sedangkan media online yang dimonitor antara lain, venuemagz.com, jakartajive, traveltexonline, dephila.com, passionmedia, jakartakita.com, dan tourismvaganza. Pada praktiknya, penulis lebih mengutamakan media monitoring ketika Mercure Jakarta Sabang telah menyebarkan *press release* ke media-media. Hasil dari media monitoring yang dilakukan oleh penulis dikumpulkan menjadi satu lalu penulis akan membuat *monthly report* yang akan diserahkan kepada Sekretaris GM. Umumnya, kinerja PR bisa dilihat dari seberapa banyak aktivitas yang dilakukan dan dimuat dalam *monthly report*. Ada dua kategori yang terdapat dalam *monthly report*, adalah *partnership*

programs hotel Mercure Jakarta Sabang, *promotions program* dan *media coverage*.

- *Media Database* adalah penyusunan daftar media yang dimiliki oleh seorang PR. Dalam penyusunan daftar media, biasanya penulis akan mengklasifikasi media tersebut berdasarkan karakteristik media seperti, media cetak, online, radio, dsbnya. Dengan melakukan media database, PR akan lebih mudah untuk menemukan daftar media yang ingin dituju sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Penulis menyebarkan press release ke media cetak dengan melihat data mengenai jurnalis melalui *media database*.

Gambar 3.6 *Media Database*

Sumber: Asst. Marketing Communications and Graphic Design

- *Media Clipping* biasa dilakukan oleh penulis adalah membuat salinan dari artikel yang dimuat di media yang dikumpulkan menjadi satu dalam suatu folder. *Media Clipping* mempermudah pekerjaan dari *Marketing Communications* dalam menyusun data sehingga dapat dipertanggungjawabkan di masa mendatang. Penulis melakukan *media clipping* dengan menggunting atau melakukan *scanning* terhadap artikel atau *press release* yang telah dimuat di media cetak yang dikumpulkan dalam satu folder.
- Menulis *press release* dan menyebarkannya ke media. Pentingnya menulis *release* bagi suatu perusahaan agar publik dapat mengenal

dengan baik. Penulisan *press release* biasa dilakukan sebelum hari H acara dilaksanakan, guna mengantisipasi hal yang tidak terduga. Dalam penulisan *press release* biasanya menggunakan gaya penulisan yang mengandung unsur 5w+1H (What: apa yang terjadi? Where: dimana terjadinya aktivitas tersebut? When: kapan terjadinya? Who: siapa saja yang terlibat? Why: mengapa aktivitas tersebut bisa terjadi? How: bagaimana berlangsungnya aktivitas tersebut?) yang dinilai sebagai kelayakan informasi untuk dimuat dalam suatu media. Adapun beberapa *press release* yang dihasilkan oleh penulis adalah “Nikmati Wagyu Steak di The Lobby Restaurant and Lounge”, Zero Food Waste bersama Mercure Jakarta Sabang”, “Anniversary 50th Accor Day di Mercure Jakarta Sabang”. Setelah membuat *press release* biasanya penulis akan menyerahkan terlebih dahulu kepada pembimbing magang untuk dilakukan pengecekan ulang.

- Mercure Jakarta Sabang mendapatkan kesempatan sebagai penyedia venue dalam acara “Chef Secret” yang diliput oleh MNC Channels. Adanya kerjasama antara pihak hotel dan media, membuat masing-masing pihak merasa untung. Mercure Jakarta Sabang mendapat keuntungan dari segi *branding* hotel agar dikenal oleh publik dan MNC Channels mendapat pelayanan serta tempat yang diperlukan untuk lokasi syuting. Penulis mendampingi pembimbing lapangan selama acara tersebut berlangsung.

Gambar 3.7 Liputan Media MNC Channels



Sumber: dokumentasi pribadi

Menurut Ruslan (2010, h. 167-168), *media relations* adalah alat, pendukung, maupun media kerjasama dalam proses publikasi maupun publisitas dalam berbagai pelaksanaan program kerja demi tercapainya kelancaran aktivitas komunikasi *public relations*. Sedangkan menurut Theaker (2004, h. 7), pada praktik *media relations* dalam dunia *public relations* dinilai memiliki peranan penting. Salah satu alasan pentingnya *media relations* dikarenakan peran media massa mampu membentuk opini publik yang luas. Selain itu, apabila perusahaan membangun hubungan yang baik dengan media akan berdampak positif bagi kelangsungan jangka panjang dari perusahaan tersebut.

Mercure Jakarta Sabang telah melakukan dengan baik aktivitas *media relations* selama penulis proses pelaksanaan program *internship*. Menurut penulis, adanya hubungan yang saling menguntungkan perusahaan dan media, bahwa media bisa mendapatkan materi yang bisa dimuat dalam medianya dan hotel bisa mendapatkan publisitas dari media. Pelaksanaan aktivitas *media relations* sangat berguna bagi perusahaan karena memiliki biaya yang lebih rendah daripada harus memasang iklan berbayar di media cetak.



3.3.3 Event Management

Pada umumnya, setiap perusahaan tidak terlepas dari pelaksanaan *event*. Hal itu bisa dilihat dari aktivitas event dari Mercure Jakarta Sabang, mulai dari *event* internal, *event* eksternal, *launching product*, ataupun *event* yang berkaitan dengan perayaan hari besar nasional ataupun internasional. Dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh Mercure Jakarta Sabang, penulis mendapat kesempatan untuk berpartisipasi langsung dalam beberapa *event* seperti *Garage Sale*, perencanaan *festive season* yang akan diselenggarakan pada bulan Desember, *World Food Day*, dan menghadiri *invitation event* dari Wonderful Indonesia.

Menurut Any Noor (2013, h. 8), *event* adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk merayakan moment yang penting sepanjang hidup manusia dalam kurun waktu tertentu, baik secara individu maupun suatu organisasi. Pada umumnya, aktivitas manajemen yang dilakukan dalam suatu *event* adalah penilaian, pembatasan, analisis waktu, budgeting, sumber daya manusia, serta sumber daya lain pendukung untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Berikut beberapa contoh *event* diselenggarakan oleh Mercure Jakarta Sabang, antara lain:

- Di awal praktik kerja magang, penulis mendapat kesempatan untuk mempersiapkan *event garage sale* yang diadakan di kantin karyawan. *Event* ini diselenggarakan untuk menjalin hubungan internal sesama karyawan, dimana hasil yang diperoleh dari *Garage Sale* akan disumbangkan ke panti asuhan. Persiapan *Garage Sale* dilakukan seminggu sebelum hari H. Penulis membuat poster mengenai *Garage Sale*, lalu mengumpulkan dan memilah-milah barang-barang yang masih layak pakai dari beberapa karyawan. Di hari H, penulis membantu mempersiapkan tempat dan menjaga stand. *Garage Sale* berlangsung selama tiga hari dari tanggal 25 September – 27 September 2017 yang berlokasi di kantin karyawan.

Gambar 3.8 Event Garage Sale



Sumber: dokumentasi pribadi

- Penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam perencanaan *event* natal dan tahun baru dengan tema “Festive Season”, dimana penulis mengikuti meeting bersama *Head of Department* dan *General Manager*. Perencanaan yang dilakukan secara matang oleh berbagai *department* itu baik dari sisi strategi, taktik maupun implementasi event yang akan berlangsung pada bulan Desember. Penulis mendampingi pembimbing magang selama rapat berlangsung dan juga mencatat hasil rapat mengenai perencanaan *event* “Festive Season”.

Gambar 3.9 MOM Festive Season

MOM - Festive Season 2017				
Date: October, 04 2017				
Attendans: Widodo (GM), Messala (HK), Qurais - Billy (FB), Sani-Ika (SM), Ikhwani (TC), Deni (Eng)				
Dept.	Description	Status	Deadline	Remarks
All department concern	Theme of Christmas : Warm Christmas	Done		
All department concern	Theme of Festive : Black and Gold	Done		
FB	Prepare Proforma Pnl. NYE	Delayed	13 October 2017	Revisi Budgeting
Marcomm - FB	Finalize design Collateral, Promo Festive on Octobe	Done		Selling Christmas Cake
FB - TC	Finalize Dresscode for NYE (HOD-Staff)	Done		* Staff memakai Apron Panjang, ada unsur Black and Gold
Marcomm	Prepare Detail Rundown for NYE (7-9 pm dinner), cc	Delayed		* HOD memakai pakaian hitam dan diberi accessories Gold (Topi, Terompet, Tiara)
TC	Entertain, Music	Delayed	13-Oct-17	menyusul karena yang ditanyakan budgeting
				* Follow up band yang akan digunakan (max. 4-5 org)
				* Sesuaikan budgeting seminim mungkin
				* Buat agreement dengan berbagai perbandingan
				* Detailing item used for band (drum electric, keyboard, bass, gitar)
				* Musiknya slow yang menjadi pendamping disela tamu makan, DU baru meriah
PCH - Marcomm	Follow up Christmas - Festive Decoration	Done		* Detailing lighting yang digunakan
				* Detailing item for decoration
				* Christmas Tree (belisewa) atau pakai punya mbak Angel
				* Photo booth special price and tree-decoration from Nj. Belanda
				* Hampers untuk media
				* Design Dresscode
				* Cari vendor for decoration
TC	Prepare Surat Ijin Keramaian	Done		* Cari barang yang bisa dipakai di HIC dan disesuaikan dengan konsep yang digunakan (kreativitas)

Sumber: dokumentasi pribadi

- Pada tanggal 16 Oktober 2017, Mercure Jakarta Sabang ikut berpartisipasi dalam *World Food Day* dengan mengundang Yayasan Imanuel dan media. Penulis ikut membantu dalam melakukan persiapan sebelum *event* berlangsung. Event ini berlangsung di The Lobby Restaurant and Lounge.

Pada saat *event* berlangsung, penulis mendampingi pembimbing lapangan dalam pertemuan dengan media dan mendokumentasi beberapa aktivitas selama *event* berlangsung. Namun, penulis melihat hanya beberapa media saja yang hadir pada saat *event* berlangsung.

Gambar 3.10 *Event World Food Day*



Sumber: Mercure Jakarta Sabang

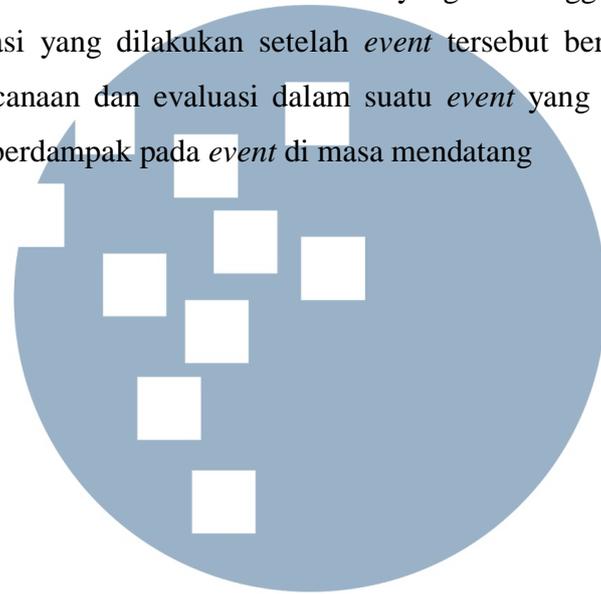
- Pada tanggal 1 November 2017, Mercure Jakarta Sabang mendapatkan *invitation event* “Indonesia Tourism Outlook 2018” dari Wonderful Indonesia. Acara tersebut diselenggarakan di Hotel Double Tree Cikini yang dihadiri oleh beberapa pembicara dari sektor pariwisata seperti Kementerian Pariwisata, media, pelaku industri pariwisata, praktisi maupun akademisi. Penulis mendapatkan kesempatan untuk ikut menghadiri *event* tersebut bersama Ika Suryani Ginting dan beberapa PR dari hotel lain yang diundang dalam *event* tersebut.

Gambar 3.11 *Event Indonesia Tourism Outlook 2018*
bersama beberapa PR hotel lain yang hadir



Sumber: dokumentasi pribadi

Berdasarkan *event* yang diselenggarakan oleh Mercure Jakarta Sabang, penulis dapat melihat bahwa pelaksanaannya sudah cukup maksimal, namun belum secara teoritis. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya perencanaan yang matang sebelum *event* berlangsung dan tidak adanya tolak ukur keberhasilan dari *event* yang diselenggarakan. Tidak adanya evaluasi yang dilakukan setelah *event* tersebut berlangsung. Kurangnya perencanaan dan evaluasi dalam suatu *event* yang akan diselenggarakan akan berdampak pada *event* di masa mendatang



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Kendala selama praktik kerja magang

Selama dalam melaksanakan program *internship* di Mercure Jakarta Sabang, penulis menemukan kendala, antara lain:

- Kebutuhan sumber daya manusia dibidang *Marketing Communications*, dinilai masih kurang dalam bidang *design grafis*. Oleh karena itu, pencapaian efektivitas kinerja menjadi tidak maksimal.
- Gaya penulisan dan etika penulisan pada konten *social media* seringkali tidak sesuai dengan *standard* penulisan pada hotel Mercure Jakarta Sabang.
- Komunikasi yang dilakukan dalam *social media* masih bersifat satu arah, masih belum terdapat interaksi dua arah sehingga menyebabkan kurang tertariknya publik terhadap konten yang dipublikasikan.
- Dalam *event* yang diselenggarakan, penulis melihat partisipasi media yang hadir dalam perayaan *event* tertentu masih kurang.

3.5 Solusi atas kendala

Solusi yang ditemukan selama praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

- Mencari orang yang ahli dalam bidang *design grafis* agar kinerja *marketing communications* tidak menjadi *overload*.
- Lebih mendalami dan *standard* gaya penulisan hotel Mercure Jakarta Sabang.
- Menciptakan komunikasi dua arah antara publik dengan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas dan *awareness* terhadap perusahaan.
- Ketika mengundang media dalam *event* tertentu, alangkah lebih baik untuk terus melakukan *follow up* pada berbagai media melalui database media, guna menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan media serta untuk menciptakan citra yang baik.