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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Posisi *Public Relation* dalam ruang lingkup *Jakarta Sales Office*, Prime Plaza Hotels & Resort, berada langsung di bawah Director of Sales and Marketing, sejajar dengan Sales Manager. *Public Relation Manager* merupakan pembimbing lapangan selama penulis menjalankan kerja magang di *Jakarta Sales Office*, Prime Plaza Hotels & Resorts. *Public Relation* dalam mengadakan aktivitas maupun kegiatan, bertanggung jawab langsung kepada *Director of Sales and Marketing* yakni Ibu Flaviana Ratnasari.

Selama pelaksanaan kerja magang penulis ditempatkan di *Public Relation*, langsung di bawah *Public Relation Manager*. Penulis dibimbing langsung oleh *Public Relation Manager*, Ibu Martha Lory Fransisca. Penulis bekerja sesuai dengan arahan dari Ibu Flaviana maupun Ibu Martha. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis berkoordinasi, berdiskusi, dan bertanya langsung kepada Ibu Martha sebagai pembimbing lapangan. Ibu Martha selaku *Public Relation Manager* mengajari dan menyosialisasikan kepada penulis tentang aktivitas publisitas yang dilakukan di Jakarta Sales Office dari Prime Plaza Hotels & Resorts.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis selama menjalani magang, yang berkaitan dengan upaya publisitas Prime Plaza Hotels & Resorts meliputi kegiatan *event management*, *social media activities*, pembuatan dan pengiriman *press release* dan *newsletter* dan *website maintenance*. Sedangkan aktivitas yang dilakukan untuk mengevaluasi kegiatan tersebut adalah *media monitoring*, *media clipping*, yang dirangkum dalam *monthly report* dan perhitungan *media impression*.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Sedangkan *database maintenance* merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendukung kegiatan publisitas tersebut.

Tabel 3.1.

Tabel uraian kegiatan

Kegiatan	Uraian Kegiatan	Juli				Agustus				
		1	2	3	4	1	2	3	4	5
Media monitoring	• Menganalisa pemberitaan di media (cetak dan online) • Melihat *tone* pemberitaan mengenai perusahaan apakah positif atau negatif									
Media clipping	• Mengumpulkan berkas pemberitaan mengenai perusahaan dari media • Mengelompokkan berdasarkan tanggal dan jenis media									
Event management	• Melakukan perencanaan dan eksekusi acara Buka Bersama • Melakukan perencanaan acara *Corporate Gathering* • Berkoordinasi dengan *Public Relation Manager* • Membuat *press release* sebagai tindak lanjut dari acara yang berlangsung									
Social media activities	• Melakukan *update* status di Facebook dan Twitter setiap hari Selasa dan Kamis • Melakukan penyebaran *link* berita dari media online yang meliput properti maupun perusahaan									
Website maintenance	• Melakukan *update* terhadap konten bagian ”What’s New” dari *website* perusahaan • Diisi dengan konten yang sama dengan *press release*									

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Database maintenance	• Memperbarui dan merapihkan konten *database* yang berisi kontak media dan klien.									
Menyusun dan mengirimkan *Newsletter*	• Mengumpulkan informasi dari masing-masing properti • Menyusun *newsletter*, diurutkan berdasarakan wilayah properti • Berkoordinasi dengan *Public Relation Manager* • Pengiriman *newsletter* dilakukan 1 kali dalam 2 bulan									
Membuat dan mengirimkan *Press release*	• Membuat *press release* terkait acara Buka Bersama • Menerima dan mengoreksi *press release* yang dikirimkan oleh properti • Berkoordinasi dengan *Public Relation Manager* • Mengirimkan *press release* kepada media									
Menyusun *Monthly report*	• Menyusun laporan bulanan terkait *media coverage* dari media cetak maupun *online*, dan *Public Relation Activities* • Melaporkan *monthly report* kepada *Director of Sales and Marketing*									
Menghitung *Media impression*	• Mengumpulkan *media coverage* dari media cetak, majalah dan koran • Membuat tabel perhitungan di Microsoft Excel • Melaporkan hasil perhitungan *media impression* kepada *Director of Sales and Marketing*									

3.3 Uraian Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Publisitas menurut Laermer (2009: xiii) adalah sesuatu yang sangat memengaruhi apa yang kira pikiran, bicarakan, dan baca. Publisitas merupakan

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

bagian dari praktek *Public Relation*. Davis (2007: 12) menjelaskan bahwa kegiatan publisitas biasanya meliputi kegiatan – kegiatan yang dirancang untuk mencari perhatian dan menciptakan perhatian di masyarakat yang pesan intinya disampaikan secara kredibel dan relevan.

Aktivitas publisitas di Prime Plaza Hotels & Resorts berdampak pada upaya perusahaan untuk membangun *brand awareness* di masyarakat mengenai perusahaan beserta properti-properti yang ada. Menurut Seitel (2011: 80), membangun *awareness* sendiri bisa dilakukan melalui kegiatan-kegiatan komunikasi, publisitas, periklanan, maupun melalui *word of mouth*.

Beberapa kegiatan yang penulis kerjakan selama melaksanakan kerja magang yang berkaitan dengan upaya publisitas Prime Plaza Hotels & Resorts, adalah:

- *Media Monitoring dan Media Clipping*

Broom (2009: 379) menjelaskan pengertian *Media monitoring* dan *media clipping* dalam pembahasan mengenai evaluasi. Catatan mengenai implementasi sebuah program menjadi penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi, meskipun hasilnya tidak bisa menjadi tolak ukur keberhasilan program tersebut. Tanpa melakukan dokumentasi dan evaluasi terhadap sebuah program, seorang praktisi tidak bisa mengawasi apa yang benar dan apa yang salah dan mengapa demikian. Ada dua aspek yang perlu diperhatikan dalam pencatatan data adalah distribusi dan penempatan. Dimulai dengan distribusi, berapa banyak pemberitaan yang dihasilkan dan didistribusikan. Berikutnya adalah penempatan, melihat seberapa banyak pesan yang ditampilkan di media. Kliping merupakan salah satu cara yang sudah dilakukan sejak dulu untuk mengukur berapa banyak dan bagaimana porsi dari pemberitaan tersebut yang ditampilkan oleh media.

Kegiatan *media monitoring* merupakan kegiatan mencari segala macam pemberitaan atau publisitas terkait dengan perusahaan maupun properti-properti yang berada di bawah manajemen Prime Plaza Hotels & Resorts. Kegiatan tersebut hampir setiap hari dilakukan, baik itu di media cetak maupun media online. Kegiatan media monitoring biasa dilakukan di pagi hari sebelum penulis diberikan tugas dari *supervisor*. Kegiatan ini juga diikuti dengan sedikit riset terhadap apa yang terjadi di daerah di mana properti berada, untuk melihat apakah

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

ada hotel baru yang hadir, atau ada kejadian tertentu yang bisa berpengaruh kepada keberadaan properti di wilayah tersebut.

Media monitoring secara online dilakukan dengan mencari nama masing-masing properti dan nama perusahaan sendiri di *search engine* Google. Dengan demikian hampir semua pemberitaan yang ada di internet bisa didapatkan. Situs yang biasa menampilkan pemberitaan mengenai properti dari Prime Plaza Hotels & Resorts adalah situs berita yang berfokus kepada kategori *travel* dan hiburan, seperti:

- traveltextonline.com
- travel.kompas.com
- travelling-bali.com
- travel.okezone.com
- turindo.co.id
- bali-travelnews.com

Selain itu juga pada situs berita daerah tempat properti-properti terletak, seperti:

- jogjapages.com
- krjogja.com
- 108jakarta.com

Untuk media cetak koran terdapat koran Tempo, Media Indonesia, dan Bisnis Indonesia. Tiga media tersebut dipilih karena perusahaan terlibat kerja sama dengan ketiga media yang bersangkutan. Sedangkan untuk media cetak majalah, dipilih majalah yang berfokus pada kategori *travel*, hiburan, kuliner, dan bisnis. Terdapat nama-nama seperti majalah Tempo, NOW! Bali, Bali & Beyond, Venue, Let's Eat, dan lainnya.

Pemberitaan yang didapatkan dari media-media pada umumnya bersifat positif. Informasi yang dimuat di media hampir seluruhnya sama dengan informasi yang dikirimkan perusahaan melalui *press release*.

Sedangkan kegiatan *media clipping* adalah proses pengumpulan hasil *media monitoring*, yang kemudian disimpan dalam pembagian jenis media dan berdasarkan tanggal berita tersebut. Kegiatan ini dilakukan ketika hasil dari *media monitoring* sudah terkumpul kurang lebih selama satu bulan.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

- *Event Management*

Event menurut Ardianto (2004: 99), merupakan suatu kegiatan *Public Relation* yang cukup penting dalam upaya memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan: memenuhi selera atau kesenangan serta upaya menarik perhatian bagi publiknya.

Dalam perencanaan sebuah *event*, terdapat 6 tahapan proses (Tum, Norton, Wright, 2006: 95) :

1. Menetapkan sasaran dan target pasar
2. Melakukan riset faktor-faktor kesuksesan
3. Menentukan keahlian dan sumber daya yang dibutuhkan
4. Menghubungkan keahlian dengan sumber daya kepada faktor-faktor kesuksesan
5. Mengembangkan strategi
6. Menghasilkan sebuah perencanaan

Penulis diberikan peran dalam perencanaan acara-acara perusahaan. Ada dua acara yang melibatkan penulis dalam proses perencanaanya, yaitu *Corporate Gathering* yang direncanakan untuk terlaksana di bulan September dan acara buka bersama ke Yayasan Assa'adah.

Dalam prakteknya di Prime Plaza Hotels & Resorts, tahapan atau proses perencanaan sebuah acara tidak serumit seperti yang dikemukakan di teori di atas. Pada umumnya perencanaan acara yang dilakukan bersifat sederhana.

Untuk acara *corporate gathering* penulis diberikan tanggung jawab dalam perencanaan, untuk mengatur acara yang sudah ditentukan konsepnya oleh Ibu Martha selaku *Public Relation Manager*. Penulis harus membuat proposal untuk diajukan kepada Ibu Flaviana selaku *Director of Sales and Marketing*, beserta *check list* atau pembagian kerja untuk acara tersebut.

Acara *corporate gathering* ini merupakan acara dimana perusahaan mengundang perwakilan dari perusahaan–perusahaan yang belum menjadi klien dari Prime Plaza Hotels & Resort. Tujuan dari acara tersebut adalah untuk mempresentasikan segala hal mengenai properti-properti yang ada beserta fasilitas MICE maupun promosi lainnya yang bisa didapat dari properti – properti tersebut.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Perencanaan acara *corporate gathering* ini pertama-tama menentukan siapa yang menjadi *target audience*-nya. Penulis perlu berdiskusi dengan *Public Relation Manager* untuk memastikan apakah *target audience* dengan acara dan lokasi yang dipilih bisa sesuai, sehingga acara yang berjalan bisa menghasilkan apa yang diharapkan perusahaan. Kegiatan *corporate gathering* kali ini yang menjadi *target audience* adalah perwakilan-perwakilan dari perusahaan yang diperkirakan adalah sekretaris maupun setingkatnya yang sudah memiliki keluarga.

Akhirnya ditentukan tempat untuk *corporate gathering* tahun ini untuk diadakan di "Kampung Main Cipulir", dengan pertimbangan perwakilan dari perusahaan-perusahaan tersebut bisa mengajak keluarganya juga untuk datang, sehingga setelah presentasi selesai mereka bisa menikmati permainan atau wahana yang tersedia di tempat tersebut.

Acara kedua adalah acara buka bersama yang merupakan kegiatan perusahaan yang rutin tiap tahunnya dalam rangka menyambut bulan suci Ramadhan. Acara buka bersama ini dilakukan di panti asuhan maupun yayasan Islam yang berada tidak begitu jauh dari kawasan kantor. Acara buka bersama ini digunakan perusahaan untuk memberikan sumbangan ke panti maupun yayasan yang dikunjungi.

Penulis diberikan kesempatan untuk mengambil bagian dalam perencanaan sampai pada eksekusi kegiatan dalam acara buka bersama tahun ini. Penulis bertanggung jawab untuk memilih tempat acara berlangsung, dan membuat perjanjian dengan pihak yang bertanggung jawab di tempat tersebut. Selanjutnya penulis bertanggung jawab atas konsumsi yang akan dibawa ke tempat, sedangkan acara disesuaikan dengan kegiatan di tempat.

Sebagai tindak lanjut dari acara ini penulis juga ditugaskan untuk membuat sebuah *press release* yang dikirimkan ke pihak media.

- *Social Media Activities*

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang berkembang dengan pesat. Dengan keadaan demikian membuat media sosial kini juga menjadi sarana

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

komunikasi yang efektif. Sifatnya yang interaktif, penyebaran pesan yang luas dan cepat (*viral*), menjadi kelebihan dari media sosial.

Jejaring sosial kini menjadi mekanisme yang utama untuk tetap terhubung dengan orang-orang disekitar kita, ide-ide baru, *brand*, berita, dan informasi (Solis, Breakenridge, 2009: 167). Dengan memanfaatkan kelebihan dari sifat-sifat sosial media tersebut perusahaan juga bisa mengembangkan komunikasi dengan publiknya. Jejaring sosial tidak hanya berhubungan dengan kemampuannya untuk saling terhubung, tapi juga mengenai bagaimana menciptakan, mengolah, dan mengembangkan kehadiran secara online dengan strategis dan juga *brand* secara personal (Solis, Breakenridge, 2009: 168).

Maksud dari aktivitas di media sosial ini adalah menggunakan media sosial sebagai cara Prime Plaza Hotels & Resorts untuk memperkenalkan segala hal yang berkaitan dengan perusahaan maupun properti-properti yang ada. Media sosial yang digunakan adalah Facebook dengan membuat *Fan Pag*e Prime Plaza Hotels & Resorts. *Fan Page* dari Facebook tersebut tersambung dengan akun Twitter dari Prime Plaza Hotels & Resorts, @primeplazahotel. Hal itu membantu supaya tidak perlu melakukan *posting* dua kali, karena apa yang di-*posting* di *Fan Page* Facebook akan secara otomatis ter-*post* juga di Twitter.

Aktivitas ini dilakukan secara rutin dua kali dalam seminggu, yaitu setiap hari Selasa dan Kamis, siang hari menjelang sore. Posting dilakukan dengan menyertakan foto yang memiliki keterkaitan dengan isi *posting*, supaya lebih menarik bagi masyarakat. Tema *posting* selain informasi atau promosi perusahaan maupun properti-properti biasanya juga mengenai apa yang terjadi di daerah tempat properti-properti berada, baik itu hari besar, perayaan maupun ritual, dan lainnya.

Selain aktivitas rutin, media sosial yang ada juga dimanfaatkan untuk membagikan *link* dari pemberitaan mengenai properti maupun perusahaan secara umumnya, yang dimuat di media online. Kegiatan itu dilakukan dengan mem-*posting link* yang didapat dari media online ke Facebook perusahaan yang sudah terhubung dengan Twitter.

Tujuan dari aktivitas ini adalah untuk memunculkan *awareness* dari masyarakat terhadap keberadaan properti-properti dari Prime Plaza Hotels &

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Resorts, fasilitas maupun promosi yang ada. Oleh karena itu setiap *posting* disertakan *link* yang langsung mengarahkan masyarakat ke *website* properti yang bersangkutan, atau yang berada di daerah dimana kejadian, atau perayaan tersebut berada.

- *Website Maintenance*

Aktivitas *website maintenance* dilakukan di bagian '*What's New'* atau 'Berita Terkini'. *Website* yang dimiliki Prime Plaza Hotels & Resorts memiliki tiga pilihan bahasa yaitu Inggris, Bahasa Indonesia, dan Mandarin. Hal itu menjadikan berita-berita yang dimasukan ke dalam bagian 'Berita Terkini', terpecah.

Informasi maupun berita yang dimasukkan ke dalam bagian tersebut adalah *press release* yang disebar juga melalui *e-mail blast*. Tidak semua *press release* di produksi dalam tiga bahasa. Pada umumnya *press release* diproduksi hanya dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bila press release tersebut tidak memiliki versi bahasa tertentu maka bagian '*What's New'* dari website dengan bahasa tersebut tidak diperbarui dan tidak memiliki berita atau informasi terbaru di dalam *website*nya.

Aktivitas ini dilakukan melalui *Site Management* di jso.pphotels.com/upseek ketika ada berita maupun informasi yang layak untuk di publikasikan secara luas melalui *website*.

- *Database Maintenance*

Yang dimaksud dengan *database maintenance* di sini adalah aktivitas memperbarui *database* berisi kontak dari rekan-rekan media, perusahaan yang menjadi rekan kerja, klien yang memiliki *Direct Accsess* (fasilitas dari Prime Plaza Hotels & Resorts), dan masyarakat yang meminta informasi terbaru dari Prime Plaza Hotels & Resorts dengan melakukan '*subscribe*' melalui *website* Prime Plaza Hotels & Resorts.

Data yang disimpan dalam *database* ini digunakan untuk melakukan *e-mail blast* dan juga untuk pengiriman *newsletter*. Data yang ada merupakan data

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

yang diperoleh dari *Jakarta Sales Office* sendiri juga dari seluruh properti yang ada.

Penyimpanan data hanya dilakukan menggunakan Microsoft Word dan Microsoft Excel. Berikutnya Prime Plaza Hotels & Resorts menggunakan *website* berbayar, Constant Contact, di constantcontact.com. Kegiatan ini dilakukan pertama kali oleh pihak Bali Dynasty Resort, yang kemudian dialihkan ke *Jakarta Sales Office*. Constant Contact digunakan untuk merapihkan *database* yang sudah ada. Melalui penggunaan Constant Contact ini alamat *e-mail* yang sudah tidak valid bisa terlihat, sehingga alamat-alamat *e-mail* yang tidak valid bisa dibuang atau diganti dengan yang baru. Penggunaan Constant Contact hanya untuk beberapa saat, sesuai dengan waktu yang dibeli.

- Menyusun *Newsletter*

Newsletter menurut Laermer (2009: 283) adalah publikasi yang didistribusikan secara reguler biasanya berisi satu topik utama yang menjadi minat pembaca atau pelanggannya. Ada dua macam *newsletter* yaitu cetak dan online. *Newsletter* yang bersifat promosi merupakan alat dari komunikasi pemasaran yang bisa dimanfaatkan untuk memastikan sorotan yang teratur, berulang, dan konsisten terhadap nama perusahaan, pesan, maupun informasi yang disampaikan (Yaverbaum, Bly, Benun, 2006: 85). Pada umumnya *newsletter* dari sebuah perusahaan terdiri dari *newsletter* untuk internal dan eksternal, melihat sasaran dari informasi yang berbeda baik dari sisi kepentingan dan kebutuhannya akan informasi dari perusahaan (Yaverbaum, Bly, Benun, 2006: 86).

Newsletter merupakan sarana yang digunakan Prime Plaza Hotels & Resorts untuk menyampaikan informasi yang pada umumnya berisi mengenai promosi dari properti-properti yang ada, acara atau peristiwa tertentu yang berada dekat dengan properti hotel, untuk menarik semua pihak yang menerima *newsletter* agar berminat menginap di properti-properti yang ada.

Pengiriman *newsletter* dilakukan juga melalui *Site Management* di jso.pphotels.com/upseek. Semua informasi yang ada di dalam *newsletter* ini dikumpulkan dari seluruh properti yang ada, yang di gabungkan dan ditata oleh *Jakarta Sales Office*. *Newsletter* diperbarui setiap kali ada data yang dikirim dari

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

properti. Meskipun demikian pengiriman *newsletter* tetap dilakukan sekali, setiap dua bulan.

- Membuat *Press Release*

Ardianto (2004: 76), menjelaskan bahwa *press* release adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relation* suatu organisasi yang disampaikan kepada pengelola persatau redaksi media massa (TV, radio, koran, dan majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut. Menurut Laermer (2009: 82), siaran pers merupakan satu dari banyak cara untuk memperoleh publisitas dari organisasi maupun perusahaan. Siaran pers merupakan standar pengumuman tertulis yang didistribusikan ke media untuk dipublikasikan dan berisikan informasi yang hendak diterbitkan. Siaran pers yang baik adalah yang ditulis mirip dengan berita, berisi penawaran, informasi dan latar belakang yang memadai, dan pengait berita yang baik.

Press release yang dikirimkan oleh Prime Plaza Hotels & Resorts adalah *press release* yang diterima dari semua properti, dan tidak menutup kemungkinan *Jakarta Sales Office* juga membuatnya. *Press release* dibuat bila terdapat peristiwa yang memiliki nilai berita atau yang dianggap layak untuk mendapatkan pemberitaan yang luas. Misalnya, acara buka bersama dan pemberian donasi ke yayasan dalam menyambut bulan Ramadhan, pembukaan fasilitas baru di properti tertentu, dan lainnya. Dengan demikian diharapkan masyarakat menjadi mengenal Prime Plaza Hotels & Resort baik perusahaannya maupun properti-propertinya, yang pada akhirnya bisa menimbulkan keinginan untuk menginap di properti yang bersangkutan.

Penulis diberikan kesempatan untuk menulis *press release* terkait dengan kegiatan buka bersama. Penulis harus menyerahkan hasil penulisannya kepada *Public Relation Manager* untuk dikoreksi, sebelum disebarkan ke rekan media melalui *e-mail*.

Tugas *Public Relation* di Jakarta Sales Office dalam *press release* yang dikirimkan oleh pihak properti, adalah memastikan bahwa tidak ada kesalahan dalam penulisan dalam judul maupun isi dari *press release* tersebut.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

- Menyusun *Monthly Report*

Memberikan laporan evaluasi kepada pihak manajemen merupakan satu tahapan yang wajib dilakukan seorang *Public Relation* untuk mengatasi masalah dan tetap mendapatkan dukungan dari manajemen. Hasil yang didokumentasikan dan penyajian data-data sebagai bukti yang membuktikan bahwa PR diatur untuk berkontribusi dalam pencapaian tujuan perusahaan (Broom, 2009: 374).

Laporan seperti penjelasan di atas diwujudkan dalam bentuk laporan bulanan yang fungsinya adalah memberikan informasi pertanggung jawaban tentang apa saja yang dikerjakan dan diperoleh di Prime Plaza Hotels & Resort. Konten dari laporan bulanan *Jakarta Sales Office* terdiri dari:

- *Monthly Highlight*: menyebutkan kegiatan maupun peristiwa yang terjadi yang perlu diperhatikan dalam kurun waktu satu bulan.
- *Business Lead Pick-Up This Month*: menjelaskan status pemesanan yang dilakukan klien, diterima maupun ditolak, yang dibatalkan maupun yang masih menunggu konfirmasi.
- *Reservation Pick-Up This Month*: menjelaskan data pemesanan per kamar, dengan satuan *Room Night* dan keuntungan yang didapatkan.
- *Reject / Denial*: memaparkan berapa banyak pemesanan dalam satu bulan dan berapa banyak pemesanan yang ditolak, serta berapa estimasi kerugiannya.
- *Upcoming Months – Activities Highlight*: memaparkan perencanaan kegiatan untuk bulan berikutnya yang perlu dipersiapkan.
- *Public Relation & Marketing Report*: memaparkan hasil media monitoring dari media cetak maupun *online* yang berbentuk pemberitaan maupun iklan, serta *PR Activities*.

Public Relation di Jakarta Sales Office, Prime Plaza Hotels & Resorts memiliki tugas untuk menyediakan data untuk diisikan ke *monthly report*. Data yang perlu disediakan oleh *Public Relation* dalam *monthly report* adalah: *media coverage* dari media cetak, *media coverage* dari media online, penayangan iklan dari Prime Plaza Hotels & Resorts, dan *PR Activities*. Data *media coverage* dari media cetak dan media *online* serta advertising didapat dari *media clipping*.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

Sedangkan *Public Relation Acivities* adalah daftar aktivitas PR yang dilakukan setiap bulannya.

- Menghitung *Media Impression*

Media impression berarti seseorang melihat, membaca, atau mendengar mengenai suatu produk melalui media (Yaverbaum, Bly, Benun, 2006: 271). *Media impression* dilakukan untuk mengetahui berapa orang yang melihat atau menerima pesan yang disampaikan melalui media. Untuk menghitung *media impression* dari media cetak, kalikan jumlah sirkulasi dari media cetak tersebut dengan bilangan tertentu yang mewakili orang-orang yang membaca satu media yang sama, yang biasa disebut dengan istilah *pass-along circulation* (Yaverbaum, Bly, Benun, 2006: 289).

Dalam Jakarta Sales Office, Prime Plaza Hotels & Resorts, *media impression* menjadi sebuah perhitungan yang menghasilkan perkiraan keuntungan yang didapatkan perusahaan dari publikasi dan publisitas mengenai Prime Plaza Hotels & Resorts. Dalam *media impression* ini hanya publisitas yang berada di media cetak koran dan majalah saja.

Ada beberapa ketentuan yang diperlukan untuk dapat menghitung *media impression*. Diperlukan jumlah sirkulasi atau berapa eksemplar yang koran atau majalan tersebut produksi, berapa jumlah penayangannya, adjustment atau penyesuaian perkiraan pembaca untuk satu eksemplar yang telah ditentukan oleh perusahaan (majalah: 3, koran: 2), dan *value* yang juga telah ditetapkan perusahaan sejumlah 0,05 USD (Dolar Amerika). Jumlah sirkulasi dikalikan dengan jumlah penayangan lalu dikalikan lagi dengan angka penyesuaian maka menghasilkan jumlah *Impression*. Angka tersebut kemudian dikalikan dengan nilai *value* 0,05 USD yang menghasilkan *Total Impression* yang dihitung dalam satuan USD.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis temukan yang berkaitan dengan taktik dan aktivitas publisitas eksternal di Prime Plaza Hotels & Resorts adalah belum adanya perencanaan khusus untuk menjalankan aktivitas di media sosial, pembuatan *press release*, dan *web maintenance*.

Dalam penepp66rapannya tidak ada ketentuan untuk melakukan *posting* di media sosial. Siaran pers dibuat hanya ketika terdapat acara atau peristiwa yang besar, pembaruan informasi di *website* tidak dilakukan secara rutin atau terjadwal tetapi hanya ketika ada siaran pers baru dan tidak selalu tersedia dalam 3 bahasa.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Upaya yang penulis lakukan untuk mengatasi kendala dalam hal tersebut ialah dengan berkoordinasi dengan *supervisor* setiap kali hendak melakukan aktivitas yang berkaitan dengan media sosial, membuat *press release*, dan *web maintenance* yang mengatasnamakan Prime Plaza Hotels & Resorts. Penulis berkonsultasi akan apa yang di*posting* di media sosial setiap pelaksanaannya, memastikan hal tersebut layak dan menarik untuk dipublikasikan. Begitu juga dengan penulisan siaran pers di mana *supervisor* menyunting hasil siaran pers yang penulis kerjakan, untuk memastikan tepat atau tidaknya informasi yang disampaikan.

Taktik dan aktivitas..., Peter Witama, FIKOM UMN, 2013