

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1. Kedudukan dan Koordinasi**

Setiap unit kerja didalam perusahaan memegang tanggung jawab atas pencapaian yang akan diraih perusahaan. Sama halnya dengan Parador Hotels & Resorts, unit kerja di dalamnya saling bahu membahu untuk mencapai tujuan perusahaan menjadi pelopor dalam dunia *hospitality* di Indonesia melalui pengadaan layanan yang sepenuh hati dan memberikan gambaran masa depan kepada para pelanggannya. Setiap perusahaan memiliki sebuah divisi yang bertanggung jawab untuk membina, memelihara, menjaga komunikasi, serta hubungan baik dengan pihak eksternal maupun internal perusahaan, divisi tersebut adalah divisi *marketing communication*. Melalui komunikasi yang tercipta pembuatan sikap konsumen didalamnya. Perubahan sikap yang memengaruhi dan mengarahkan konsumen untuk akhirnya melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Eagle, Dahl, Czarnecka, & Jenn, 2014).

Selama melakukan proses magang di PT Parador Hotels & Resorts, pemegang bergabung ke dalam divisi *marketing communication*. Pemegang bertugas untuk membantu kegiatan *marketing communication* yang dilakukan oleh Parador Hotels & Resorts untuk setiap unit hotel yang dimiliki dalam menjaga nama baik Parador dalam membina hubungan dengan pihak eksternal maupun internal perusahaan. Divisi *marketing communication* dipimpin secara langsung oleh Tina Sihombing selaku *Corporate Director of Sales & Marketing* dari Parador Hotels & Resorts. Divisi *marketing communication* dibedakan menjadi 3 *section* (bagian) kerja yang terdiri atas *Digital Marketing*, *Design & Quality Control*, serta *Marketing Communication*. Pemegang sendiri berada dibawah pengawasan supervisi dari *Corporate Marketing & Communication Manager Parador Hotels & Resorts* yang dipimpin oleh Putri Baihaqi.

Setiap penugasan yang diberikan langsung oleh *Corporate Director of Sales & Marketing* kepada divisi *marketing communication* yang kemudian dibagi ke dalam bidang yang sesuai dengan jabatan masing-masing, seperti pembuatan desain akan ditugaskan kepada tim *Design & Quality Control*, pembuatan konten media sosial,

*keywords*, maupun digital marketing perusahaan dan unit hotel akan diserahkan kepada tim *Digital Marketing*, dan segala hal yang berurusan dengan media, penandatanganan anggaran, hingga pembuatan strategi komunikasi dilakukan oleh divisi *Marketing Communication*. Tugas yang seringkali didapatkan oleh pemegang diturunkan langsung oleh *Corporate Marketing & Communication* yang mencakup pelaporan secara mingguan dan bulanan terkait unit hotel dan *corporate*, proses pengundangan dan rilis pers kepada media, hingga membuat disposisi untuk anggaran divisi *marketing communication*. Untuk itu pemegang memiliki tanggung jawab untuk membantu dan menyelesaikan setiap tugas yang diberikan guna mempermudah divisi *marketing communication*.

### 3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama melaksanakan proses praktik kerja magang di PT Parador Hotels & Resorts sebagai *marketing communication intern*, pemegang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berkaitan dengan perencanaan dan pengawasan strategi komunikasi yang dilakukan di dalam unit-unit hotel perusahaan Parador Hotels & Resorts.

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tabel 3.1 Linimasa Kerja Magang

NO	JENIS KEGIATAN	JAN				FEB				MAR				APR				MEI			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>MARKETING COMMUNICATION</b>																					
1	Press Release																				
2	Media Searching & Rating																				
3	Media Invitation																				
4	Draft Speech COO																				
5	Media Monitoring																				
6	Disposisi Parador Hotels & Resorts																				
7	Hotel Awarding Event																				
8	Monthly Report																				
<b>DIGITAL MARKETING</b>																					
1	Customer Whatsapp API																				
2	Keyword & Ad Copies																				
<b>ADDITIONAL JOB</b>																					
1	Social Media Influencer																				
2	Photo Taking																				
3	Melakukan Registrasi Google Form																				
4	Voice Over																				

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Sesuai dengan divisi tempat pemegang melakukan kerja magang, yakni divisi *marketing communication*, tugas utama yang dilakukan oleh pemegang adalah membantu divisi *marketing communication* dalam melakukan dan menerapkan peran *marketing communication mix* yang meliputi pembuatan konten iklan unit hotel, penyelenggaraan berbagai acara dan program yang dilaksanakan oleh perusahaan, seperti acara *press conferences* maupun acara yang dapat menciptakan interaksi dan keterikatan secara lebih intim antara perusahaan dengan konsumen, menjalin hubungan dengan para media massa, melakukan pemasaran secara *offline* (billboard/banner) dan *online* melalui berbagai media sosial, seperti Instagram, Youtube, Google, Tiktok, dsb. Pemegang juga memiliki tugas untuk ikut serta dalam setiap *event* yang diselenggarakan oleh unit dan *corporate* secara rutin, seperti acara mini wedding fair, Atria Wedding Winner Announcement 2023, bertugas untuk membuat *press release* terkait acara yang diselenggarakan dan diserahkan kepada para media yang hadir untuk dapat dipublikasikan, hingga melakukan pengisian dan pengecekan *monthly report* untuk setiap unit hotel Parador.

Keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan divisi *marketing communication* dilaksanakan sejak 22 Januari 2024 hingga 22 Mei 2024. Pembentukan komunikasi dan kerja sama dilakukan guna menumbuhkan kebersamaan agar divisi *marketing communication* dapat saling mengkomunikasikan segala kebutuhan yang diperlukan.

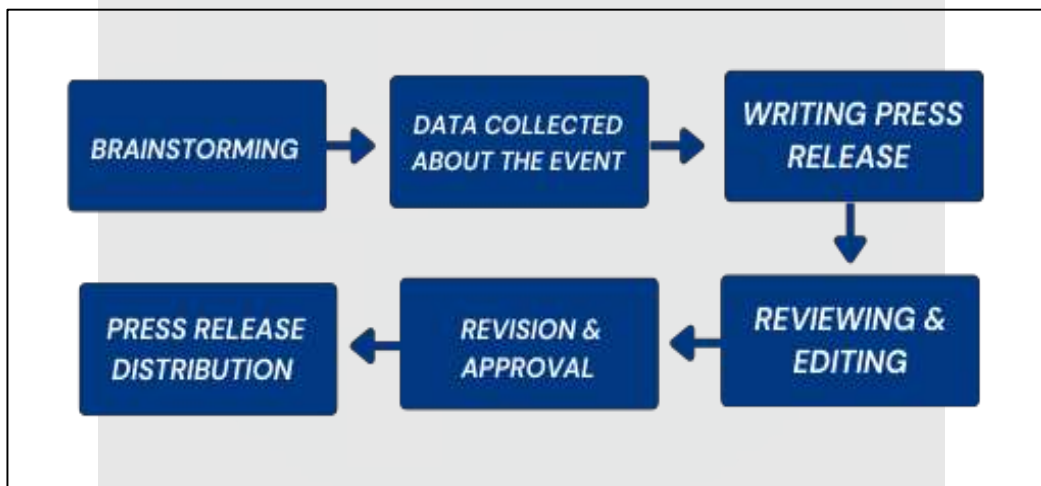
### **3.2.2 Uraian Kerja Magang**

Divisi *marketing communication* pada umumnya memiliki tanggung jawab untuk menentukan Menyusun strategi pemasaran, mengembangkan ide konten atau kampanye, melakukan pengawasan atas berbagai kegiatan yang dilakukan di unit hotel, dan lain-lain. Dalam penerapannya di Parador Hotels & Resorts, divisi *marketing communication* yang terbagi atas 3 (tiga) bagian besar memiliki tanggung jawab yang sama, namun dalam tiap bagiannya mengemban tugas yang berbeda-beda. Sehingga, pemegang perlu melakukan kolaborasi dengan beragam

pihak untuk menyelesaikan setiap penugasan yang diberikan. Selama melakukan proses magang, berikut adalah uraian kerja magang yang telah dilakukan secara rinci:

## A. Marketing Communication

### A.1 Press Release



Gambar 3.1 Alur Pengerjaan Press Release  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Pada proses perancangan *press release*, pemegang ditugaskan secara langsung oleh supervisor untuk membuat draf berisikan *press release* sebagai sarana informasi secara lebih mendetail terkait acara yang akan berlangsung. Informasi yang disampaikan pada *press release* didapatkan dari supervisor melalui dokumen-dokumen perusahaan, di-mulai dari *rundown* acara, tamu undangan, rangkaian kegiatan, hingga hadiah yang akan didapatkan oleh pemenang undian. *Event Atria Wedding Season 2023* tersebut akan dikemas dalam *press release* berisikan pengumuman pemenang hadiah dengan *spending* pernikahan termahal di Atria Hotel, baik Atria Hotel Gading Serpong, Malang, maupun Magelang. Untuk acara yang diselenggarakan, Parador Hotels & Resorts sebagai manajemen hotel terkhusus divisi *marketing communication* memiliki tanggung jawab untuk membantu mempublikasikan berita acara ini sampai ke media *online*.

Media *online* akan mendapatkan *press release* guna mempublikasikan acara Atria Wedding Season 2023 secara lebih meluas oleh divisi *marketing communication*. Penyebaran informasi publik yang dilakukan sebagai upaya untuk dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata masyarakat melalui media massa (Tolapa, 2018). Ini juga menjadi salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan informasi publik akan Parador Hotels & Resorts.

*Press release* tidak dapat dikerjakan secara sembarang, terdapat kaidah yang harus diikuti. Terdapat struktur dan kaidah yang jelas dalam pembuatannya, setidaknya mencakup judul, teras, dan isi (Badri, 2016). Struktur pertama adalah judul (*head*) yang bertugas untuk mempertegas kegiatan apa yang sedang dibicarakan, lalu kedua adalah tanggal guna memberitahukan kapan acara berlangsung, ketiga adalah teras (*lead*) yang merupakan bagian pembuka berisikan gambaran singkat mengenai acara Atria Wedding Season 2023.

Selanjutnya isi (*body*) berisikan gambaran secara menyeluruh mengenai acara yang diselenggarakan dengan cara 5W + 1H (*What, Why, When, Where, Who, dan How*), di bagian ini menginformasikan hal yang sangat penting untuk dapat menarik perhatian media mempublikasikan informasi mengenai acara ke medianya, seperti yang ditulis dalam *press release* diatas adalah hadiah yang didapatkan dari undian Atria Wedding Season 2023 yang sifatnya eksklusif dan *luxury*. Terakhir adalah *re-statement* yang berisikan ulasan mengenai keseluruhan paragraf serta ditutup dengan kontak yang dapat dihubungi, dalam hal ini kontak yang dicantumkan adalah *Corporate Marketing Communication* Parador Hotels & Resorts. Struktur tersebut adalah struktur paling ideal dalam pembuatan *press release*, cara penulisan didalamnya pun tidak boleh terlalu bertele-tele agar tidak membosankan dan mudah untuk dipahami oleh audiens.

Melalui alur penugasan yang sudah dijabarkan, *press release* yang sudah disetujui dan tidak mendapatkan revisi akan segera diterbitkan menjelang acara Atria Wedding Season 2023 berlangsung.



www.Parador-Hotels.com

### **Pengumuman Pemenang Atria Wedding Season 2023 dan Mini-Wedding Fair di Atria Hotel Gading Serpong**

**Tangerang, 17 Februari 2024** - Atria Hotel dengan bangga mengumumkan para pemenang Top Spender dan undian dari program "Atria Wedding Season 2023" dalam sebuah acara yang meriah di ballroom Atria Hotel Gading Serpong. Acara pengumuman pemenang ini dihadiri oleh berbagai pihak terkait, termasuk perwakilan dari berbagai organisasi pernikahan terkemuka di Indonesia. Para pemenang dipilih dari sejumlah pasangan yang telah berpartisipasi dalam program "Atria Wedding Season 2023" di Atria Hotel Gading Serpong, Atria Hotel Malang, dan Atria Hotel Magelang.

Sebanyak 23 pasangan yang memenuhi syarat dan ketentuan telah dipilih untuk mengikuti undian paket bulan madu ke destinasi eksklusif dan hadiah emas, sebagai apresiasi dari Atria Hotel atas dukungan mereka. Total hadiah yang diberikan mencapai Rp 250,000,000 untuk 17 orang pemenang.

"Pada kesempatan ini, kami ingin mengucapkan selamat kepada para pemenang dan terima kasih kepada semua pasangan yang telah berpartisipasi dalam program 'Atria Wedding Season 2023'," kata Wahyono, General Manager Atria Hotel Gading Serpong. "Kami berkomitmen untuk terus memberikan pengalaman pernikahan yang tak terlupakan bagi setiap tamu yang memilih Atria Hotel sebagai tempat untuk merayakan momen berharga mereka."

Hadiah utama, yaitu 1 Paket Bulan Madu ke Turki, diberikan kepada Top Spender dengan transaksi minimal Rp 175,000,000. Sementara itu, pemenang dari Lucky Draw juga meraih hadiah-hadiah menarik seperti:

- Paket Bulan Madu ke Labuan Bajo diberikan kepada 1 (satu) pasangan dengan transaksi minimal Rp 125,000,000.
- Paket Bulan Madu dengan Kapal Pesiar diberikan kepada 3 (tiga) pasangan dengan transaksi minimal Rp 100 juta
- Paket Bulan Madu ke Bali diberikan kepada 2 (dua) pasangan dengan transaksi minimal Rp 75 juta
- Hadiah Emas masing-masing 10 gram diberikan kepada 10 (sepuluh) pasangan dengan transaksi minimal Rp 50 juta

"Kami ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada semua peserta, sponsor dari Bethsaida Hospital, Seraphim Medical Center, Bank Mandiri, Royal Caribbean, dan Galeri24 by Pegadaian, dan para mitra atas dukungan mereka dalam menjadikan acara ini sukses. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada Atria Hotel," tambah Tina Sihombing, Corporate Director of Sales & Distribution Parador Hotels & Resorts.

Selain pengumuman pemenang, Atria Mini-Wedding Fair juga menjadi sorotan utama acara ini. Acara ini memberikan kesempatan kepada calon pengantin untuk menemukan vendor terbaik

PT PARADOR MANAGEMENT INTERNATIONAL

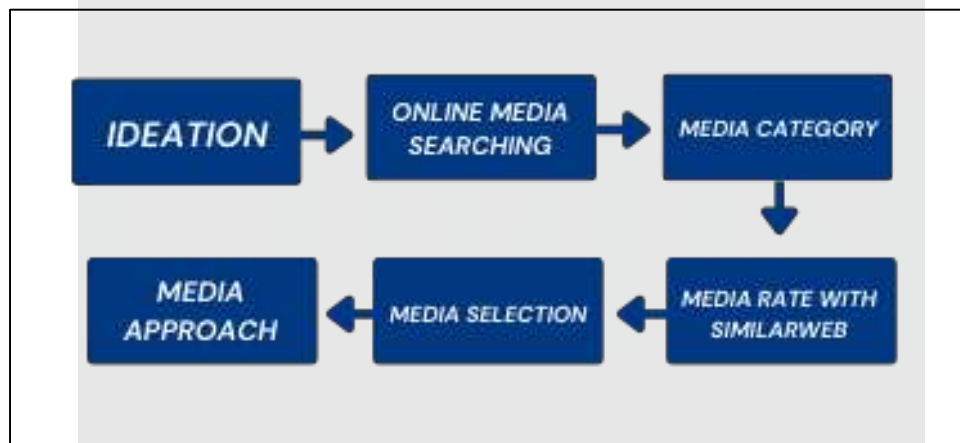
Soho Office Park Kav. 9, 3<sup>rd</sup> Floor - Jl. Boulevard Raya Gading Serpong - Gading Serpong, Tangerang - 15810 - Banten - Indonesia  
Tel: [+62 21] 2917-1111 | Fax: [+62 21] 2917-1122 | Email: info@Parador-Hotels.com

Gambar 3.2 *Press Release* Acara  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Dengan ini, kegiatan yang telah dilakukan oleh *marketing communication* memiliki korelasi dengan mata kuliah *Media Relations* yang telah ditempuh di kampus oleh pemegang. Pentingnya memperhatikan tata cara penulisan dalam pembuatan *press release* guna menyebarkan berita acara perusahaan kepada media *online* dengan lebih mudah.

### A.2 Media Searching & Rating

Melakukan berbagai pencarian media *online* untuk keperluan pemasaran unit hotel Parador Hotels & Resorts, seperti pencarian media *online* untuk meliput acara Atria Wedding Season 2023, pencarian media untuk meliput fasilitas hotel Fame Hotel Sunset Road, serta pencarian media *online* untuk meliput penampakan bangunan baru Atria Hotel Magelang. Setiap pencarian media *online* dipergunakan untuk meliput berbagai informasi baru mengenai unit hotel. Dimulai dari jenis kamar hotel yang disediakan, perubahan yang ada pada hotel baik dari segi arsitektur maupun bangunan, fasilitas yang ditawarkan hingga acara yang akan atau sedang berlangsung di hotel.



Gambar 3.3 Alur Pengerjaan *Media Searching*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Proses pencarian media dimulai dari pencarian ide akan media yang sesuai dengan kategori perusahaan. Kategori yang dimaksud adalah media *online* tersebut memiliki rubrik perjalanan, hotel, destinasi, maupun liburan. Hal ini dipergunakan untuk menspesifikasi kegiatan yang akan disebarluaskan. Selanjutnya adalah melakukan pencarian *media rate* guna mengetahui *traffic* atau *visit* dari media tersebut menggunakan *tools* Similarweb yang kemudian akan dikelompokkan ke dalam satu dokumen dan dilakukan proses *approach* oleh supervisor untuk mengundang media bergabung ke dalam acara Atria Wedding Season 2023.

Tabel 3.2 *Media Searching & Rating*

NO	NAMA MEDIA	RANK	CATEGORY RANK	TOTAL VISIT	BOUNCE RATE
1	Media Indonesia	2.066	News & Media Publishers	1.88K	66.54%
2	Kumparan	270	News & Media Publishers	2.12K	6.44%
3	Now Jakarta	17.839	Restaurant & Delivery	2.38M	46.56%
4	What's New Indonesia	9.375	Travel & Tourism	1.61K	70.88%
5	<a href="http://inclovermag.com">inclovermag.com</a>			1.00K	98.60%
6	<a href="http://Kompas.com">Kompas.com</a>	43	News & Media Publishers	2.52K	57.29%
7	Venue Magz	27.764	Travel & Tourism	1.70K	60.64%
8	<a href="http://Medcom.id">Medcom.id</a>	56	News & Media Publishers	3.5M	66.05%
9	Marketeers	20.871	Science & Education	1.55M	70.98%
10	<a href="http://eventguide.id">eventguide.id</a>	-	-	1.04K	98.46%
11	Marketplus	-	-	9.2K	40.24%
12	<a href="http://Eksekutif.com">Eksekutif.com</a>	-	-	1.05K	97.60%
13	<a href="http://wartatangerang.com">wartatangerang.com</a>	-	-	1.03K	97.49%
14	<a href="http://tangerangekspres.co.id">tangerangekspres.co.id</a>	85,687	News & Media Publishers	1.57K	44.18%
15	Serpong Update	4,052	News & Media Publishers	12.8K	88.51%
16	Infotangerang	-	-	1.22K	71.12%
17	Liputan6 SCTV	4	News & Media Publishers	75.2M	59.22%
18	<a href="http://Fimela.com">Fimela.com</a>	1	Lifestyle (Indonesia)	21.2M	16.75%
19	Wolipop Detik	-	-	1.82K	81.82%
20	Pop Bela	14	Lifestyle (Indonesia)	1.90M	42.33%
21	IDNTimes	7	News & Media Publishers	39.4M	46.01%
22	Tribun News	34	News & Media Publishers	2.75M	41.32%
23	<a href="http://Suara.com">Suara.com</a>	314	News & Media Publishers	1.78M	62.95%
24	CNBC Indonesia	139	News & Media Publishers	1.90M	67.10%

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

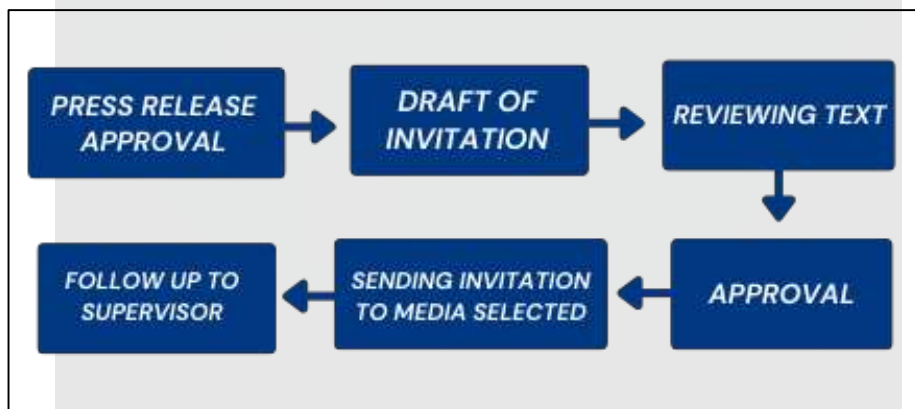
Media *online* yang sudah dicari lalu diundang akan diberikan penawaran istimewa untuk merasakan pengalaman dan memanjakan diri dengan fasilitas yang tersedia di unit hotel Parador. Tidak hanya itu, media yang sudah dicari akan disortir berdasarkan media yang paling sesuai dan memiliki jumlah *traffic* dan *bounce rate* yang tinggi sehingga ketika berita acara terkait *event* maupun hotel Parador Hotels & Resorts dipublikasikan dalam media *online* tersebut dapat dibaca oleh masyarakat secara lebih luas sesuai dengan hotel yang dikunjungi. *Media searching*



bertujuan sebagai bentuk sortir media yang dilakukan untuk menganalisis media paling tepat dan efektif untuk dapat digunakan Parador Hotels & Resorts.

### A.3 Media Invitation

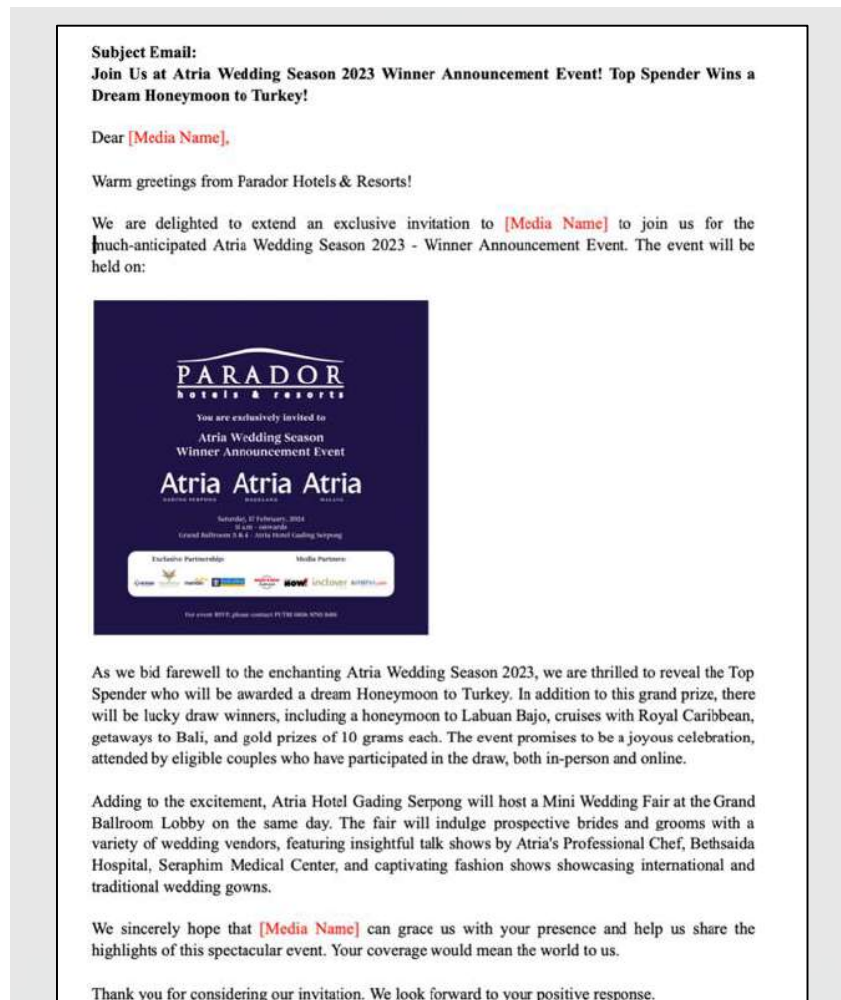
Aktivitas *media invitation* dilakukan setelah *press release* tidak mendapatkan revisi oleh *Corporate Director of Sales & Marketing* dan dapat disebarluaskan kepada para media yang sudah disortir sebelumnya. Undangan media ini tidak hanya sekedar undangan biasa saja, tetapi ini adalah undangan untuk media meliput dan mempublikasikan acara Atria Wedding Season 2023 di medianya masing-masing.



Gambar 3.4 Alur Pengerjaan *Media Invitation*

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Sehubungan dengan acara yang akan diselenggarakan, *press release* yang sudah dibuat akan dibagikan kepada media *online* terkait melalui email untuk dapat hadir ke dalam acara Atria Wedding Season 2023. Alur penugasan yang diberikan dalam pembuatan undangan media dapat dilakukan sesaat setelah *press release* dituntaskan. Pemegang memerlukan proses *review* untuk melihat apakah bahasa yang dipergunakan dalam undangan sudah sesuai tau tidak, lalu akan dilakukan pengecekan oleh supervisor sebelum akhirnya akan di distribusikan kepada para media.



Gambar 3.5 *Media Invitation*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

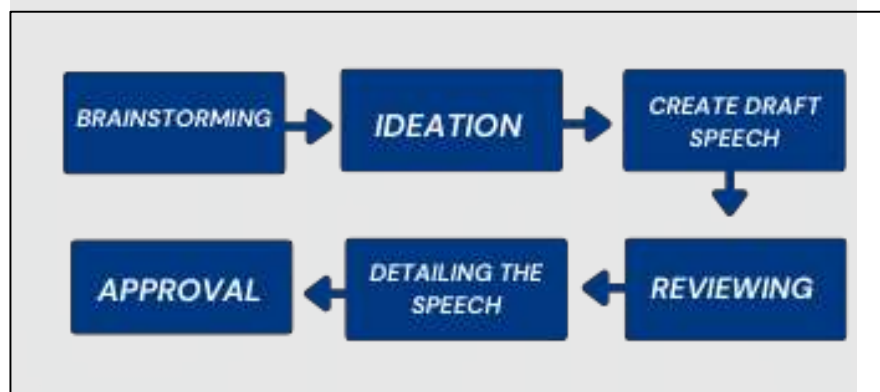
Dalam memberikan dan menuliskan sebuah *media invitation*, dibutuhkan setidaknya penerapan 5W (*What, Who, Where, When, Why*) dalam menulis pesan, guna memberikan kejelasan kepada media (Indonesia, 2023). Informasi yang dijabarkan terkait rangkaian kegiatan yang berlangsung, peran media di saat acara, serta orang-orang yang hadir di dalam acara tersebut. Memberikan bentuk *press release* secara *online* dan bentuk fisik merupakan salah satu bentuk *media kit* yang diterima media guna memudahkan proses publikasi informasi terkait acara dengan

dukungan berkas-berkas yang sudah diberikan oleh perusahaan, berupa foto dan *press release*.

Untuk mengetahui respon dari media yang sudah diundang dapat dilihat melalui balasan pesan email yang sudah dikirimkan. Setelah mendapatkan balasan, untuk konfirmasi kehadiran akan dilakukan melalui Whatsapp nomor pribadi dari setiap media yang hadir. Penulisan *media invitation* di Parador Hotels & Resorts sudah mengikuti kaidah penulisan yang dianjurkan. Sesuai dengan ketentuan penulisan undangan yang baik dan benar.

#### A.4 Draft Speech COO

Pembuatan kata sambutan oleh *Chief Operating Officer* menjadi komponen penting dalam acara Atria Wedding Season 2023. Pemegang ditugaskan untuk membuat sebuah *draft speech* yang dipergunakan untuk menyambut para tamu yang hadir. *Draft speech* ini diberikan kepada supervisor untuk dilakukan pengecekan dan penyesuaian atas rangkaian kegiatan dan tamu spesial yang akan disambut dalam pembukaan acara Atria Wedding Season 2023.



Gambar 3.6 Alur Pengerjaan *Draft Speech COO*

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Dalam pembuatannya, *draft speech* COO memerlukan adanya brainstorming untuk membahas mengenai isi dan apa saja yang akan disampaikan dalam kata sambutan bersama supervisor. Selanjutnya pemegang akan melakukan pembuatan *speech* yang akan melewati proses *review* dan sunting didalamnya

dengan menambahkan informasi lebih detail yang belum dilakukan sebelumnya oleh supervisor. Draft speech COO yang sudah dibuat akan mendapatkan persetujuan apabila sudah tidak ada kesalahan dalam penggunaan bahasa dan siap untuk dipergunakan.

Kata sambutan bertujuan sebagai pembuka dari setiap penyelenggaraan acara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan maupun instansi sebelum acara utama dimulai. Secara sederhana, kata sambutan berisikan salam hangat terhadap para undangan termasuk tamu dan tokoh penting yang diundang (Wicaksono, 2023)

Assalamu'alaikum Wr. Wb, Shalom, Om Swastiastu, Namu Buddhaya, dan Salam sejahtera P  
untuk semua tamu undangan yang hadir pada acara pengumuman pemenang Top Spender dan undian program Atria Wedding Season 2023!

Saya juga ingin menyapa;

1. Bapak Budi Prayitno selaku Ketua Umum HIPAPI Indonesia I
2. Bapak Gandhi selaku Ketua Umum HASTANA Indonesia
3. Bapak Ilham Veramo selaku Ketua HASTANA Jabodetabek x
4. Bapak Warsono selaku Ketua Umum ASPENDI Indonesia
5. Bapak Luky selaku Ketua APPGINDO Tangerang

yang telah menyempatkan hadir untuk ikut menyaksikan terpilihnya para pemenang dari program Atria Wedding Season 2023.

Saya, sebagai Chief Operating Officer Parador Hotels & Resorts, dengan rendah hati mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam kesuksesan acara ini.

Pertama-tama, kepada semua pasangan yang telah memilih Atria Hotel sebagai tempat untuk pernikahan, terima kasih atas kepercayaan yang telah Anda berikan kepada kami. Merupakan suatu kehormatan besar untuk menjadi bagian dari momen bersejarah dalam hidup Anda, dan kami berjanji untuk memberikan yang terbaik dalam setiap aspek acara pernikahan Anda.

Tidak lupa kepada para sponsor kami, Bethsaida Hospital, Seraphim Medical Center, Bank Mandiri, dan Royal Caribbean, kami menyampaikan apresiasi yang mendalam atas dukungan dan kontribusi yang telah diberikan. Kami berharap dapat terus berkolaborasi dalam program-program mendatang.

Tak kalah pentingnya, kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua mitra yang telah berpartisipasi dalam Mini-Wedding Fair di Lobby Grand Ballroom hari ini. Kolaborasi Anda telah memberikan nilai tambah yang luar biasa bagi acara ini, dan kami berharap dapat terus memperkuat hubungan kerjasama kita di masa mendatang.

Dengan demikian, kami berharap bahwa acara ini tidak hanya menjadi suatu pengalaman yang berharga bagi para pasangan, tetapi juga mempererat ikatan antara Atria Hotel dengan seluruh mitra, sponsor, dan peserta acara. Kami berkomitmen untuk terus memberikan pelayanan terbaik dan menciptakan momen-momen berharga yang tak terlupakan bagi setiap tamu di Atria Hotel.

Terima kasih atas perhatian dan partisipasi Anda semua. Semoga acara ini menjadi awal dari banyak kesuksesan yang akan datang bagi kita semua.

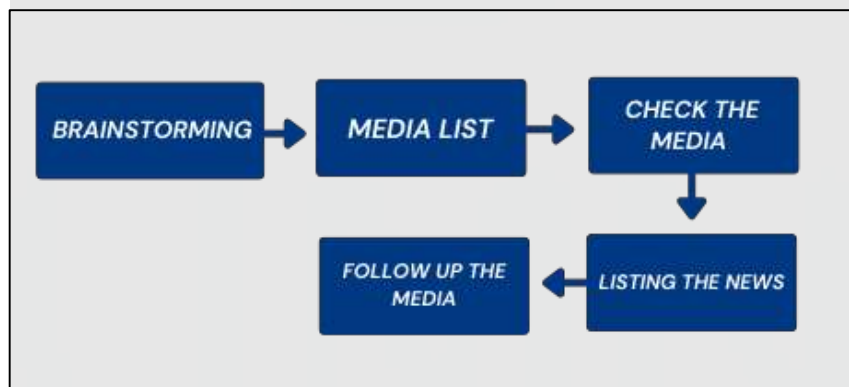
Gambar 3.7 Draft Speech Atria Wedding Season 2023

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Pembuatan *draft speech Chief Operating Officer* ini berisikan sambutan terkait acara, puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, beberapa sambutan untuk para jajaran direksi dan tamu undangan, serta ucapan bahagia dan pembukaan acara Atria Wedding Season 2023. Dengan adanya kata sambutan, perlu juga diselipkan harapan dari kegiatan yang sudah berlangsung.

#### A.5 Media Monitoring Atria Wedding Season 2023

*Media Monitoring* yang dilakukan guna mengecek pemberitaan mengenai acara Atria Wedding Season 2023 pada media yang telah diundang sebelumnya. Untuk mengoptimalkan peran media *online* dalam hal publikasi acara Parador, dilakukan *follow up* secara berkala apabila masih terdapat media yang belum mempublikasikan berita acara di *channelnya* masing-masing. Untuk mengelola, mengumpulkan, dan mengevaluasi setiap konten yang dipublikasikan oleh setiap media *online* yang telah diundang ke dalam acara adalah konsep dari *media monitoring*.



Gambar 3.8 Alur Pengerjaan *Media Monitoring*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Dalam hal ini, Parador Hotels & Resorts selalu melakukan *media monitoring* untuk mencapai *objectivesnya* yakni memaksimalkan berita terkait acara yang diselenggarakan sudah diketahui oleh publik secara luas sehingga bisa mengetahui respon audiens terhadap berita yang disiarkan (Alif Fauziyyah, 2022). Apabila media masih belum mengunggah berita acara Parador Hotels & Resorts di

medianya masing-masing, maka akan dilakukan komunikasi atau *follow up* secara privat melalui Whatsapp.

*Media Monitoring* yang dilakukan oleh Parador Hotels & Resorts berfokus kepada pengunggahan berita acara Atria Wedding Season 2023. Hal ini guna melihat perkembangan dan isi dari berita acara yang dibawakan oleh para media. Pembuatan *media monitoring* ini dibuat dalam sebuah google sheet untuk mempermudah proses pengecekan secara berkala. Setelah seluruh *press release* berhasil diunggah dalam media *online* yang ada, *media monitoring* ini juga akan digunakan sebagai bukti dalam Post Mortem Atria Wedding Season 2023.

Tabel 3.3 *Media Monitoring* Parador Hotels & Resorts

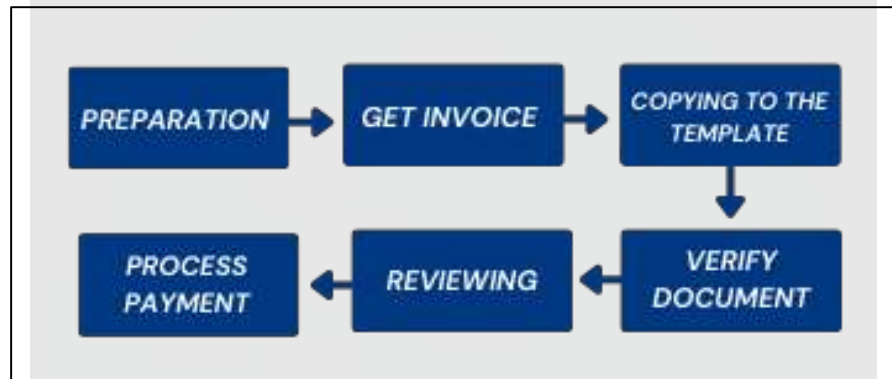
No	Nama Media	Jenis Media	Link Artikel
1	What's New Jakarta	Online	<a href="https://whatsnewindonesia.com/feature/jakarta/hotel/announcement-winners-atria-wedding-season-2023-and-mini-wedding-fair-atria">https://whatsnewindonesia.com/feature/jakarta/hotel/announcement-winners-atria-wedding-season-2023-and-mini-wedding-fair-atria</a>
2	Now Jakarta	Online	-
3	Inclover Magz	Online	<a href="https://inclovermagz.com/2024/02/19/atria-hotel-announces-the-winners-of-atria-wedding-season-2023-at-atria-hotel-gading-serpong/">https://inclovermagz.com/2024/02/19/atria-hotel-announces-the-winners-of-atria-wedding-season-2023-at-atria-hotel-gading-serpong/</a>
4	Kompas.com	Online	<a href="https://bz.kompas.com/read/2024/02/22/121639028/atria-hotel-umumkan-pemenang-atria-wedding-season-2023-dan-gelar-mini-wedding">https://bz.kompas.com/read/2024/02/22/121639028/atria-hotel-umumkan-pemenang-atria-wedding-season-2023-dan-gelar-mini-wedding</a>
5	Venue Magz	Online	<a href="https://venuemagz.com/hotel/atria-hotel-serahkan-hadiah-kepada-pemenang-atria-wedding-season-2023/">https://venuemagz.com/hotel/atria-hotel-serahkan-hadiah-kepada-pemenang-atria-wedding-season-2023/</a>
6	Kumparan Bisnis	Online	<a href="https://kumparan.com/kumparanbisnis/daftar-pemenang-atria-wedding-season-2023-dengan-hadiah-total-rp-250-juta-228kMP_e1pA">https://kumparan.com/kumparanbisnis/daftar-pemenang-atria-wedding-season-2023-dengan-hadiah-total-rp-250-juta-228kMP_e1pA</a>
7	Media Indonesia	Online	<a href="https://mediaindonesia.com/vamp/humaniora/652595/arugerah-pemenang-atria-wedding-season-2023-dan-mini-wedding-fair-di-atria-hotel-gading-serpong">https://mediaindonesia.com/vamp/humaniora/652595/arugerah-pemenang-atria-wedding-season-2023-dan-mini-wedding-fair-di-atria-hotel-gading-serpong</a>
8	MNC Portal	Online	-
9	Popbela.com	Online	-
10	Insertive	Online	<a href="https://insertive.com/lifestyle/20240219222456-210-331389/riat-nikah-tahun-ini-simak-kelebihan-gelar-pesta-pemikahan-di-hotel">https://insertive.com/lifestyle/20240219222456-210-331389/riat-nikah-tahun-ini-simak-kelebihan-gelar-pesta-pemikahan-di-hotel</a>
11	TVRI	TV	<a href="https://drive.google.com/file/d/1ekamMuJUnclJ1eZNW8hRvtpcbAGyz5o5/view?usp=share_link">https://drive.google.com/file/d/1ekamMuJUnclJ1eZNW8hRvtpcbAGyz5o5/view?usp=share_link</a>
12	Medcom Id	Online	<a href="https://www.medcom.id/gaya/family/CbzP5zgK-ni-keunggulan-calon-pengantin-gelar-wedding-dengan-konsep-indoor?google_vignette">https://www.medcom.id/gaya/family/CbzP5zgK-ni-keunggulan-calon-pengantin-gelar-wedding-dengan-konsep-indoor?google_vignette</a>
13	Travelxplore	Online	<a href="https://travelxplore.id/atria-hotel-umumkan-pemenang-wedding-season-2023-dan-gelar-mini-wedding-fair-2024/">https://travelxplore.id/atria-hotel-umumkan-pemenang-wedding-season-2023-dan-gelar-mini-wedding-fair-2024/</a>
14	Event Guide	Online	<a href="https://eventguide.id/2024/02/18/atria-wedding-season-berhadiah-bulan-madu-ke-turki/">https://eventguide.id/2024/02/18/atria-wedding-season-berhadiah-bulan-madu-ke-turki/</a>
15	Trip Bini	Online	<a href="https://tripbini.id/index.php/2024/02/17/pemenang-atria-wedding-season-2023-dan-mini-wedding-fair-di-atria-hotel-gading-serpong/">https://tripbini.id/index.php/2024/02/17/pemenang-atria-wedding-season-2023-dan-mini-wedding-fair-di-atria-hotel-gading-serpong/</a>
16	Ekssekutif Id	Online	<a href="https://ekssekutif.com/pengumuman-pemenang-atria-wedding-season-di-atria-gading-serpong/">https://ekssekutif.com/pengumuman-pemenang-atria-wedding-season-di-atria-gading-serpong/</a>
17	Berita Senator	Online	<a href="https://www.beritasenator.com/ceite-ekssekutif/6411907553/pengumuman-pemenang-atria-wedding-season-di-atria-gading-serpong">https://www.beritasenator.com/ceite-ekssekutif/6411907553/pengumuman-pemenang-atria-wedding-season-di-atria-gading-serpong</a>
18	Marketees	Online	<a href="https://www.marketees.com/aktivasi-atria-hotel-dalam-mengapresiasi-dan-mendorong-konsumsi-pelanggan/">https://www.marketees.com/aktivasi-atria-hotel-dalam-mengapresiasi-dan-mendorong-konsumsi-pelanggan/</a>
19	Marketplus	Online	<a href="https://marketplus.id/2024/02/19/gelar-mini-wedding-fair-atria-hotel-umumkan-pemenang-atria-wedding-season-2023/">https://marketplus.id/2024/02/19/gelar-mini-wedding-fair-atria-hotel-umumkan-pemenang-atria-wedding-season-2023/</a>
20	Warta Tangerang	Online	<a href="https://wartatangerang.com/pemenang-atria-wedding-season-2023-liburan-ke-labuan-bajo-hingga-turki/">https://wartatangerang.com/pemenang-atria-wedding-season-2023-liburan-ke-labuan-bajo-hingga-turki/</a>
21	Bartensatu.co	Online	<a href="https://bartensatu.co/2024/02/19/pemenang-atria-wedding-season-2023-liburan-ke-labuan-bajo-hingga-turki/">https://bartensatu.co/2024/02/19/pemenang-atria-wedding-season-2023-liburan-ke-labuan-bajo-hingga-turki/</a>
22	Besttanggals.com	Online	-
23	Palapa News	Online	<a href="https://palapanews.com/2024/02/19/peraih-hadiah-utama-atria-wedding-season-2023-terbang-liburan-ke-turki/">https://palapanews.com/2024/02/19/peraih-hadiah-utama-atria-wedding-season-2023-terbang-liburan-ke-turki/</a>
24	Trust Banten	Online	<a href="https://banten.pikiran-rakyat.com/wata/pr-3277727846/pemenang-utama-atria-wedding-season-2023-terbang-ke-turki">https://banten.pikiran-rakyat.com/wata/pr-3277727846/pemenang-utama-atria-wedding-season-2023-terbang-ke-turki</a>
25	Hitserpong	Online	<a href="https://hitserpong.com/pengumuman-pemenang-atria-wedding-season-2023-di-atria-hotel-gading-serpong/">https://hitserpong.com/pengumuman-pemenang-atria-wedding-season-2023-di-atria-hotel-gading-serpong/</a>
26	Tangerang Ekspres	Print	<a href="https://drive.google.com/file/d/1DahYAUUjYrH02oLcBxFO61juZ3/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1DahYAUUjYrH02oLcBxFO61juZ3/view?usp=sharing</a>

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

## A.6 Disposisi Keuangan

Disposisi keuangan Parador Hotels & Resorts digunakan untuk mencatat dan meminta penurunan biaya atas *invoice* yang sudah terbit akan pembayaran iklan di media *online*, biaya beragam kegiatan unit, hingga kebutuhan *marketing communication* Parador Hotels & Resorts yang akan diberikan kepada divisi *Finance* setelah mendapatkan persetujuan penurunan dana. Disposisi keuangan ini

bersifat segera dan harus disesuaikan dengan tanggal pembuatannya (Yulianto, 2022).



Gambar 3.9 Alur Pengerjaan Disposisi Keuangan  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Disposisi keuangan dibuat guna memberikan informasi kepada divisi *Finance* terkait penurunan dana yang diharapkan, keperluan dana yang harus dibayar, dan dalam disposisi harus tertera informasi yang runut, seperti kepada siapa disposisi ini ditunjukkan, perihal apa yang diminta dalam anggaran tersebut, biaya yang dibutuhkan, keterangan dari kebutuhan anggaran, tanggal penulisan disposisi, serta tanda tangan *Corporate Marketing Communication* yang diikuti juga oleh para jajaran direksi lainnya sebagai pengesah persetujuan akan biaya anggaran yang sudah dituliskan. Untuk hal ini, divisi *marketing communication* bertugas untuk mencatat dan membuat disposisi guna mengetahui anggaran yang dikeluarkan dalam penyelenggaraan acara dan kebutuhan divisi.

Pembuatan disposisi keuangan ini menjadi hal baru yang belum pernah dilakukan oleh pemegang sebelumnya, sehingga perlu dilakukan proses diskusi dan penjabaran informasi oleh supervisor untuk bisa mengerjakan disposisi keuangan yang dibutuhkan.

### A.7 Hotel Awarding Event



Gambar 3.10 Alur Pengerjaan *Hotel Awarding Event List*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

*Hotel awarding event* yang selalu diikuti oleh Parador Hotels & Resorts tidak hanya berasal dari satu tempat saja. Parador Hotels & Resorts mengikutsertakan hampir seluruh unit hotel yang dimiliki ke dalam beberapa kategori *awarding*. Proses pencarian *hotel awarding* ini dimulai dari menjalankan *ideation* dengan divisi *marketing communication* terkait *awarding* yang ingin dicari, lalu melakukan *list awarding* di setiap hotel yang pernah ada lalu dilakukan *follow up* kembali kepada instansi penyelenggara untuk bertanya terkait *event* serupa yang akan dilaksanakan. Hal ini berguna untuk dapat mengikutsertakan unit hotel agar bisa masuk ke dalam nominasi acara *hotel awarding*. Terdapat proses negosiasi dan pencocokan harga di dalam pencarian *hotel awarding* yang telah dilakukan, tak jarang divisi *marketing communication* melakukan komunikasi secara langsung melalui telepon untuk memastikan kegiatan *awarding* yang akan berlangsung.

*Hotel awarding* juga difokuskan untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan serta menjadi salah satu keunggulan bagi sebuah hotel jika dapat meraih penghargaan bergengsi dalam sebuah acara *awarding* yang diadakan. *Hotel awarding event* yang akan diikuti merupakan salah satu program kerja dari divisi *Sales & Marketing Communication*.



Tabel.3.4 Program Kerja *Hotel Awarding*

NO.	PROJECT	PIC	BUDGET	PROGRAM KERJA				
				Jan	Feb	Mar	Apr	
1.	<b>Exquisite Media Awards</b> 2024 FAVOURITE HOTEL IN TANGERANG - EXQUISITE READERS' CHOICE <a href="#">2023 Winner</a> Atria Hotel Malang: 2024 FAVOURITE HOTEL IN MALANG - EXQUISITE READERS' CHOICE Atria Hotel Magelang: 2024 FAVOURITE HOTEL IN MAGELANG - EXQUISITE READERS' CHOICE	Marcomm Parador	Rp 60.000.000 exclude Government tax 11%	Nomination Registration				
				Online Voting				
				Awarding Ceremony				
2.	<b>Indonesian Travel Tourism Awards</b> First Announcement ITTA 2023.pdf <a href="#">List Category 2023</a> Parador Hotels & Resorts: INDONESIA LEADING LOCAL HOTEL CHAIN Atria Hotel Gading Serpong: (Winner 2023) INDONESIA LEADING 4 STAR HOTEL IN TANGERANG Atria Hotel Malang: INDONESIA LEADING 4 STAR HOTEL IN MALANG Atria Hotel Magelang: INDONESIA LEADING 4 STAR HOTEL IN MAGELANG Vega Hotel Gading Serpong: INDONESIA LEADING 3 STAR HOTEL IN TANGERANG	Marcomm Parador	Rp20.000.000/ award category	First Announcement				
				Nomination Registration				
				Online Voting				
				Binus School Assessment & Board of Advisor Voting				
				Gala Dinner Table Booking				
				Awarding Ceremony				
3.	<b>Ball Tourism Awards</b> <a href="#">List Category Options 2024 - Ball</a> Fame Hotel Sunset Road Bali: BALL LEADING 3 STAR HOTEL	Marcomm Parador	Rp 20.000.000	First Announcement				
				Nomination Registration				
				Assessment by Assessor				
				Assessment by Board Of Advisor Voting				
				Online Voting				
				Gala Dinner Table Booking				
4.	<b>Travellers Choice Awards (Tripadvisor)</b> Target for All Unit Hotel Kriteria: - Harus sudah tercantum di Tripadvisor selama setidaknya 12 bulan - Mendapatkan jumlah minimum ulasan dalam periode evaluasi penghargaan tersebut - Harus memiliki penilaian langganan minimum atau lebih tinggi di Tripadvisor - Penghargaan tertentu, kriteria kelengkapan tambahan mungkin berlaku, seperti jenis pengalaman tamu atau fasilitas yang ada di lokasi.	Marcomm	Free	Announcement				

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

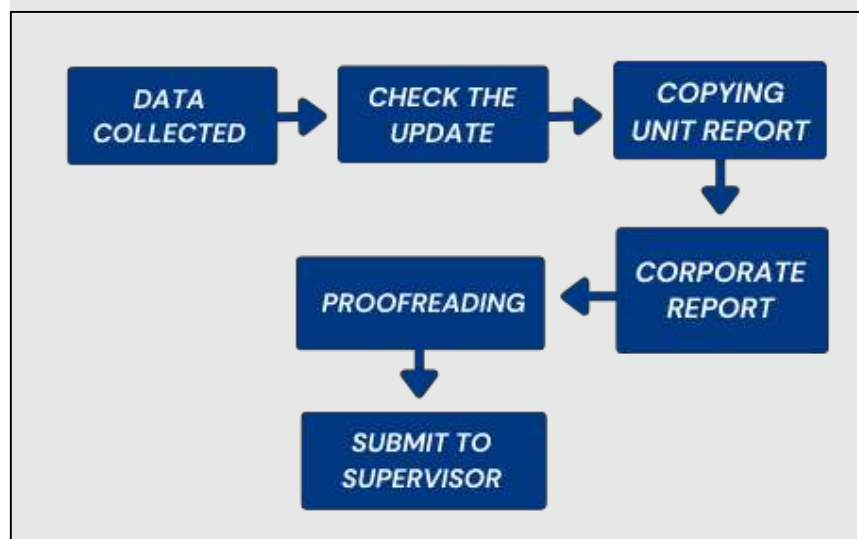
Dalam sebuah hotel, penghargaan yang hadir dalam instansi atau lembaga tertentu dapat menjadi salah satu pencapaian yang membanggakan bagi perusahaan. Bentuk penghargaan seperti ini seringkali disebut sebagai *Mega Event* di mana skala dari *event*nya cukup besar dan sangat dinanti-nantikan (Wijaya, 2020). Sama halnya dengan Parador Hotels & Resorts, pencarian berbagai *award* yang dapat diikutsertakan untuk setiap hotel dan perusahaan, mampu membantu untuk mempromosikan dan merebranding menjadi tolak ukur bagi hotel untuk meningkatkan layanan yang ada.

### A.8 Monthly Report

*Monthly report* yang disusun oleh Parador Hotels & Resorts bertujuan untuk melakukan pengecekan serta pengevaluasian untuk kinerja setiap unit hotel. *Monthly report* yang ada berisikan berbagai hal berkaitan dengan pencapaian unit dan *corporate*. Dimulai dari jumlah *media exposure* di setiap bulan dengan perbandingan yang ada pada tahun sebelumnya, kegiatan promosi unit berupa *art work, digital & print, campaign* dan *media relations* yang sudah dilakukan oleh

*corporate*, hasil survey kepuasan pelanggan, *digital ads* (media sosial (Facebook Ads, Whatsapp API, Google Ads, SEO, *Website Overall Performance*), hingga kesimpulan dari pencapaian per-bulan yang telah diraih. *Monthly report* Parador terbagi menjadi 2 (dua) bagian yakni *monthly report* unit dan *monthly report corporate*.

Alur pengerjaan *monthly report* dimulai dari pengumpulan data dari setiap unit hotel, setelah itu dilakukan proses duplikat informasi dari laporan unit menuju laporan perusahaan yang kemudian dilakukan pengecekan kembali sebelum akhirnya diserahkan kepada supervisor. Proses pembuatan *monthly report* menjadi sesuatu yang baru bagi pemegang, membutuhkan lebih banyak latihan dan informasi untuk dapat mengakses dan melakukan pembuatan laporan setiap bulannya.



Gambar 3.11 Alur Pengerjaan *Monthly Report*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

*Monthly report* unit akan diberikan sepenuhnya kepada unit untuk menulis segala kegiatan yang sudah berlangsung selama 1 bulan, sedangkan *monthly report corporate* akan digunakan sebagai *summary* atas pencapaian keseluruhan unit dan *corporate* selama 1 (satu) bulan.



**Monthly Report April 2024  
MARKETING**

Gambar 3.12 *Monthly Report*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

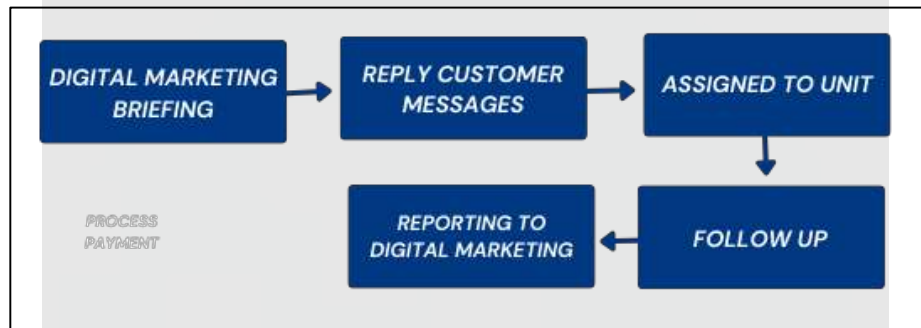
*Monthly report* berisikan sekumpulan dokumen laporan bulanan yang diciptakan oleh sebuah perusahaan guna meringkas kegiatan yang telah dilakukan selama satu bulan untuk dapat melakukan evaluasi nantinya (LinovHR, 2023). *Monthly Report* di Parador Hotels & Resorts biasanya dikumpulkan bersama oleh seluruh unit hotel di tanggal 5 dan akan dilengkapi oleh perusahaan di setiap tanggal 10 untuk dapat diserahkan kepada Paramount Land. *Monthly report* tersebut berisikan ringkasan dan penghitungan *brand awareness* serta *media coverage* dari setiap unit hotel pada setiap bulannya untuk mengukur pencapaian unit hotel dan *corporate* dari setiap tahunnya.

## *B. Digital Marketing*

### *B.1 Customer Whatsapp API*

Whatsapp API Parador Hotels & Resorts dikendalikan penuh oleh Digital Marketing sebagai salah satu *tools* digital untuk dapat berkomunikasi secara lebih efisien dengan calon konsumen dan unit hotel perusahaan. Whatsapp API dipergunakan setiap hari dengan juga dilakukan pengecekan secara berkala untuk

merespon setiap pesan dari pelanggan dengan cepat. Percakapan terkait penawaran harga hingga hubungan pelanggan dengan unit hotel diatur dalam Whatsapp API.



Gambar 3.13 Alur Pengerjaan *Whatsapp API*

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

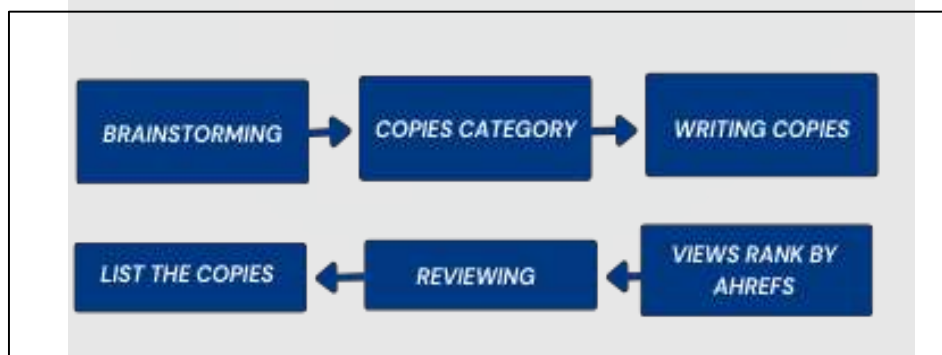
Alur proses pengerjaan Whatsapp API dimulai dari *briefing* terkait informasi penggunaan Whatsapp API oleh *Digital Marketing*. Setelah memahami sistem kerja dari Whatsapp API, pemegang ditugaskan untuk menjawab pesan konsumen dan melakukan *assigned* setiap pesan yang terkait dengan unit hotel yang diminati. Hal ini karena Whatsapp API memiliki kekurangan yakni tidak dapat melakukan respon kembali apabila pesan sudah lewat 1 x 24 jam. Inilah yang terkadang membuat divisi *Marketing Communication*, khususnya pemegang melakukan *follow up* melalui Whatsapp pribadi untuk memastikan bahwa pelanggan kebutuhan akan informasi sudah terpenuhi. Komunikasi terjalin secara personal dengan pelanggan ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan akan perusahaan.

Whatsapp API menyediakan beragam fitur yang dapat digunakan untuk dapat menjawab pesan pelanggan dengan cepat menggunakan teknologi *Artificial Intellegence* (AI). *Tools* tersebut digunakan oleh *Digital Marketing* karena dapat merespon pesan dengan cepat serta pengoperasiannya yang mudah sehingga banyak pihak dapat memegang akun Whatsapp Business API secara bersamaan, berbeda dengan Whatsapp Business pada umumnya. API juga membantu mengirimkan berbagai penawaran kepada pelanggan secara otomatis dengan pembuatan berbagai *template* untuk menjawab segala pertanyaan pelanggan (MTarget, 2021). Untuk pelanggan baru, Whatsapp Business API membantu untuk menautkan iklan sehingga konsumen dapat dengan mudah terhubung dengan Parador Hotels &

Resorts hanya dengan satu kali klik. Penggunaan Whatsapp API sangat penting dan dibutuhkan dalam penjalanan kegiatan *Marketing Communication*, khususnya pihak *Digital Marketing*.

## B.2 Ad Copies

Proses pembuatan *ad copies* dikerjakan secara langsung oleh *Digital Marketing* yang dibantu oleh pemegang untuk mengeksplorasi beberapa *keyword* baru. Alur pengerjaan *ad copies* dimulai dengan proses *brainstorming* dan *ideation* untuk mengetahui jenis *copies* yang dibutuhkan. Diberikan 2 jenis kategori untuk dikerjakan oleh pemegang yakni *copies* dengan kategori pernikahan serta Iftar.



Gambar 3.14 Alur Pengerjaan *Ad Copies*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Pencarian *ad copies* dilakukan dengan menyesuaikan kategori *event* dan menggunakan sebuah *tools* bernama Ahrefs untuk mengetahui jumlah peringkat dan banyaknya pencarian akan kata tersebut di beragam media sosial. *Ad copies* menjadi bagian cukup krusial bagi *Digital Marketing*, terkhusus dalam mengkategorikan *keyword* yang sesuai untuk kategori setiap unit hotel. *Ad copies* sebagai bentuk penegasan untuk pesan utama dari iklan yang akan disampaikan serta mendorong konsumen untuk mengunjungi setiap halaman *website* dari unit Parador Hotels & Resorts.

Tabel 3.5 Ad Copies Parador Hotels & Resorts

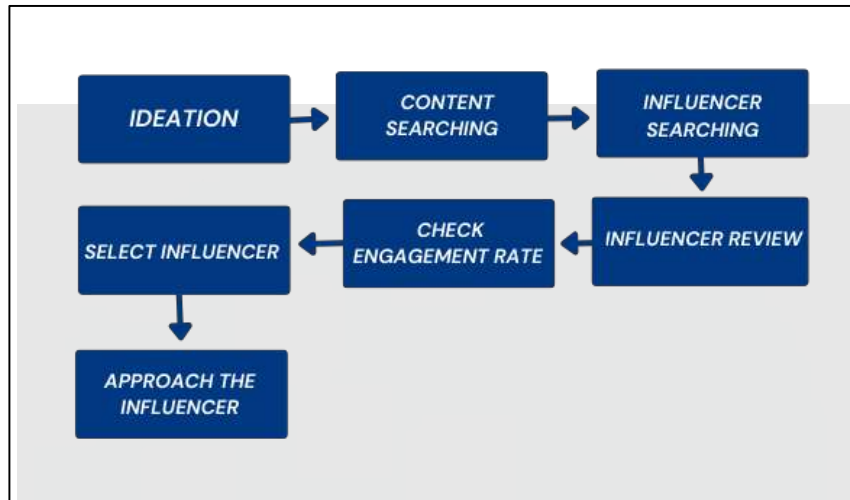
Ad Group					
AHGS		ARGS		AHMAG	
Keyword	SV	Keyword	SV	Keyword	SV
Venue Wedding Tangerang		wedding venue jakarta		Venue Wedding Magelang	
paket wedding Tangerang		small intimate venue jakarta		paket wedding Magelang	
Venue Wedding Tangerang sebulan		intimate wedding venue jakarta		Venue Wedding Magelang	
Dellroom Tangerang		wedding venue Tangerang		Dellroom Magelang	
Wedding Venue Tangerang		wedding venue Tangerang murah		Wedding Venue Magelang	
Gedung Pernikahan Tangerang		intimate wedding		Gedung Pernikahan Magelang	
Sewa Gedung Pernikahan Tangerang		intimate wedding package		Sewa Gedung Pernikahan Magelang	
Sewa Gedung Pernikahan Tangerang Murah		intimate wedding jakarta		Sewa Gedung Pernikahan Magelang Murah	
harga paket pernikahan Tangerang		paket intimate wedding		harga paket pernikahan Magelang	
paket pernikahan Tangerang		intimate wedding Tangerang		paket pernikahan Tangerang	
paket santai		intimate wedding venue		venue wedding magelang	
venue wedding BSD		paket pernikahan murah mewah Tangerang		intimate wedding Tangerang	
intimate wedding Tangerang		paket wedding hotel Tangerang		tempat lamaran di magelang	
tempat lamaran di Tangerang				paket rikat magelang	
paket rikat Tangerang					
AHMAL		VHGS		FHGS	
Keyword	SV	Keyword	SV	Keyword	SV
sewa gedung pernikahan Malang		outdoor wedding venue jakarta		wedding venue jakarta	
coverng pernikahan Malang		outdoor wedding jakarta		small intimate venue jakarta	
ballroom Malang		semi outdoor wedding		intimate wedding venue jakarta	
intimate wedding Malang		tempat pernikahan outdoor		wedding venue Tangerang	
venue wedding Malang				wedding venue Tangerang murah	
paket wedding Malang				intimate wedding	
				intimate wedding package	
				intimate wedding jakarta	
				paket intimate wedding	
				intimate wedding Tangerang	
				intimate wedding venue	
				paket pernikahan murah mewah Tangerang	
				paket wedding hotel Tangerang	

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

*Ad copies* juga dipergunakan untuk mengukur seberapa besar *Click Through Rate* dari iklan yang sudah ditayangkan. Pemegang bertugas untuk mengelaborasi ide *ad copies* untuk kategori pernikahan dan Iftar di seluruh unit hotel Parador Hotels & Resorts. Terdapat kendala dalam merancang kata-kata untuk *keyword* setiap unit hotel dikarenakan tema dari *keyword* yang ingin dicari terkadang tidak sesuai dengan spesifikasi hotel, sehingga dalam hal ini dibutuhkan kerja sama antara pemegang dengan Digital Marketing untuk mendapatkan ide baru dalam penulisan *ad copies*. *Ad copies* dipergunakan untuk memasukan *keyword* baru di dalam Google Ads unit hotel Parador.

### B.3 Social Media Influencer

Pencarian *influencer* dipergunakan untuk meningkatkan dan memperkaya konten unit hotel Parador. Pihak *Social Media* dibantu oleh pemegang untuk melakukan *list* dan pencarian *influencer* yang berfokus pada konten seputar destinasi dan *review* hotel melalui Instagram. *Influencer* yang ada tidak dapat dipilih sembarangan karena diperlukan penyesuaian jenis *influencer* dengan *brand persona* unit hotel.



Gambar 3.15 Alur Pengerjaan *Social Media Influencer*

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Sebelum melakukan proses *approach*, perlu dilakukan pengecekan terkait *Engagement Rate* untuk setiap *influencer*. *Engagement Rate* (ER) yang sesuai dengan Parador Hotels & Resorts berkisar minimal 1%. *Engagement Rate* berfungsi untuk mengukur visibilitas konten di Instagram, mengukur kredibilitas dari *influencer*, serta membangun *brand affinity* atau koneksi emosional audiens dengan *influencer* yang membuatnya tertarik untuk mengikuti dan melakukan hal yang sama dengan yang dilakukan oleh *influencer* (Revou, 2024). ER juga dapat menjadi skala penentu keberhasilan pemasaran dengan *influencer* yang akan diajak berkolaborasi.

Jika *Engagement Rate* (ER) dari para *influencer* yang dicari tidak sesuai dengan standar perusahaan, maka kemudian *influencer* tersebut tidak dapat dipilih. Dibutuhkan *influencer* yang tepat dan memiliki *engagement rate* yang tinggi guna mempersuasi pengikutnya untuk tertarik akan konten yang dibuat. *Engagement Rate* menjadi salah satu acuan dari pemilihan *influencer* untuk konten pemasaran unit hotel Parador Hotels & Resorts.

Tabel.3.6 Social Media Influencer Recommendation

USERNAME	MAIN FOCUS	DESCRIPTION	ER	FOLLOWERS	REMARKS
Windiana: <a href="https://www.instagram.com/windianam2">https://www.instagram.com/windianam2</a> <a href="https://www.instagram.com/windianam2">igsh=8u1cZuBvcon1MeFr</a>	Travelling, Reviews, and Family Vlog	Fokus kepada konten review dan travelling bersama keluarga.	3.62%	5.6K (Instagram)	Tidak bisa karena sedang berada di luar JKT. Setelah bulan Februari akan difokuskan kembali.
Inevitas: <a href="https://www.instagram.com/inevitas7">https://www.instagram.com/inevitas7</a> <a href="https://www.instagram.com/inevitas7">igsh=MXhoZ4s5dGRzXBRZ</a>	Travel, Food, and Daily Life	Kontennya ada yang FYP sampai 1,2K viewer dan 50,3 K likes. Tetapi tidak terlalu banyak pengikut, hanya ada 1-2 konten dengan viewer besar.	5.35%	2.1K (Instagram)	Follow up by Tya
Desara: <a href="https://www.instagram.com/desara7">https://www.instagram.com/desara7</a> <a href="https://www.instagram.com/desara7">igsh=IWAtdBkafEseqYJ</a>	Family, Food, and Motherhood Journey	Konten tentang liburan dan keluarga.	2.42%	87.1K (Instagram)	Follow up by Tya
Dimyosihw: <a href="https://www.instagram.com/dimyosihw7">https://www.instagram.com/dimyosihw7</a> <a href="https://www.instagram.com/dimyosihw7">igsh=NafOYub6YWdaIk4</a>	Content Creator and Travelling	Konten seputar lifestyle dan tempat liburan, cukup ramai viewer, dan sudah berkeluarga.	0.15%	114.6K (Instagram)	Tidak memenuhi syarat ER
Jalanberengdarla: <a href="https://www.instagram.com/jalanberengdarla7">https://www.instagram.com/jalanberengdarla7</a> <a href="https://www.instagram.com/jalanberengdarla7">igsh=24dnbelyaZi4a2M5</a>	Culinary, Fashion, and Travel.	Konten seputar wisata, namun cenderung ke dunia kuliner tapi viewer-nya tinggi.	8.30%	31.5K (Instagram)	Follow up by Tya
Shofadhill: <a href="https://www.instagram.com/shofadhill7">https://www.instagram.com/shofadhill7</a> <a href="https://www.instagram.com/shofadhill7">igsh=MRx2YmZuKXZpGskMA</a>	Hotel & Travel Enthusiast	Konten seputar rekomendasi hotel.	1.60%	21.4K (Instagram)	Follow up by Tya
Viduanadillah: <a href="https://www.instagram.com/viduanadillah7">https://www.instagram.com/viduanadillah7</a> <a href="https://www.instagram.com/viduanadillah7">igsh=MeYva3pM185e2Nk</a>	Fashion and Travel	Konten review hotel ada yang mencapai 499K dengan 8.1K likes.	0.04%	39.8K (Instagram)	Tidak memenuhi syarat ER
Madisheyy: <a href="https://www.instagram.com/madisheyy7">https://www.instagram.com/madisheyy7</a> <a href="https://www.instagram.com/madisheyy7">igsh=YWwvNHLZWoGmuj</a>	Travel Blogger	Konten berisi review hotel dan destinasi wisata.	0.41%	115.1K (Instagram)	Tidak memenuhi syarat ER
Rwinda09: <a href="https://www.instagram.com/rwinda097">https://www.instagram.com/rwinda097</a> <a href="https://www.instagram.com/rwinda097">igsh=MX6dnRyIdNy24sdg</a>	Travel, Food, and Lifestyle	Konten berisikan rekomendasi berbagai tempat.	5.51%	17.9K (Instagram)	Follow up by Tya
Tasyaviana: <a href="https://www.instagram.com/tasyaviana7">https://www.instagram.com/tasyaviana7</a> <a href="https://www.instagram.com/tasyaviana7">igsh=MXZ3MG0uDHUy2u4dQ</a>	Travel, Food, and Lifestyle	Reviewer hotel dan tempat untuk staycation. Cukup sering FYP untuk konten seputar review hotel.	11.99%	2.2K (Instagram)	Follow up by Tya
Meli & Ewa: <a href="https://www.instagram.com/meliewa09">https://www.instagram.com/meliewa09</a> <a href="https://www.instagram.com/meliewa09">igsh=9W1sh3E4YJhdn82M</a>	Travel, Food, and Lifestyle	Reviewer hotel dan tempat untuk staycation.	0.3%	6.7K (Instagram)	Tidak memenuhi syarat ER
Felicefe: <a href="https://www.instagram.com/felicefe7">https://www.instagram.com/felicefe7</a> <a href="https://www.instagram.com/felicefe7">igsh=MYW2NXansGRwXdlM</a>	Travel, Food, and Lifestyle	Reviewer hotel dan tempat untuk staycation dan jalan-jalan. Sudah centang biru.	0.13%	78.6K (Instagram)	Tidak memenuhi syarat ER

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

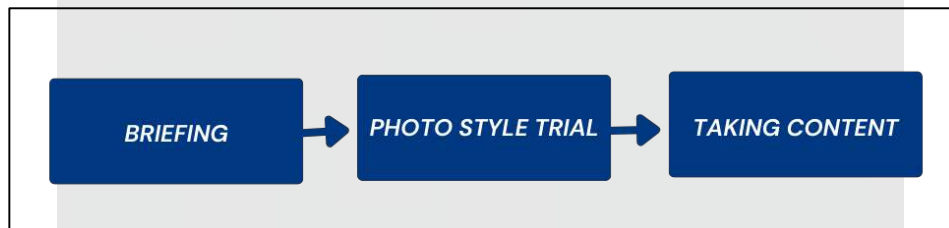
Bagi Parador Hotels & Resorts, *influencer* atau *content creator* menjadi aspek penting yang dapat membantu untuk meningkatkan *awareness* masyarakat melalui pembuatan konten di media sosialnya. *Influencer* secara umum adalah seseorang yang berkecimpung di dalam media sosial dan memiliki jumlah pengikut yang banyak sehingga mampu mempersuasi pengikutnya untuk mengikuti hal yang dilakukannya (S, Muqaddam, & Ryu, 2019), seringkali *influencer* juga selalu dikategorikan sebagai idola bagi sebagian orang.

Sehingga tak jarang perusahaan selalu menggunakan teknik ini untuk mempromosikan layanan yang dimiliki. Setelah melakukan riset terkait *influencer*, maka akan dilakukan proses *approach* untuk memberikan penawaran dan ajakan berkolaborasi untuk mempublikasikan hotel dari Parador ke dalam media sosial yang dimiliki. Sebagai gantinya, *influencer* akan diberikan kesempatan untuk merasakan pengalaman langsung menginap di hotel secara gratis. Dalam hal ini, pemegang bertugas untuk mencari *influencer* yang cocok dan mendiskusikan



kepada tim untuk dapat dilakukan pendekatan melalui *direct messages* Instagram kemudian menunggu respon untuk dapat diproses ke tahap selanjutnya.

#### B.4 Photo Taking



Gambar 3.16 Alur Pengerjaan *Photo Taking*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Perencanaan dan ide gaya dalam foto pemasaran telah disusun oleh *Social Media* yang dibantu oleh pemegang sebagai *talent* didalamnya. Selama proses pengambilan foto, pemegang bertugas untuk mengikuti arahan dan menjalankan *brief* yang sudah diberikan sebelumnya guna mempercepat proses pemotretan.

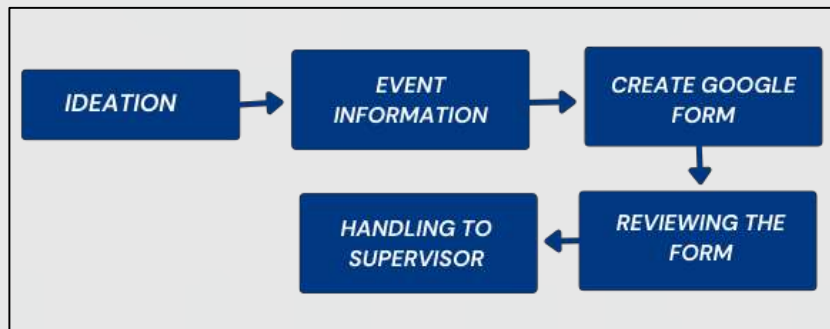


Gambar.3.17 *Photo Taking*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Proses pemotretan biasanya berkisar antara 2-3 jam untuk 10 sampai 15 foto yang kemudian akan dipilih kembali untuk mencari foto terbaik untuk diajukan kepada Paramount. Pemotretan foto tidak hanya dilakukan di unit hotel saja, melainkan di luar unit seperti pencarian destinasi wisata yang dekat dengan hotel.

Proses *shooting* dibantu langsung oleh *Graphic Designer* dari Parador Hotels & Resorts yang ditugaskan oleh *Corporate Graphic Designer Manager* untuk melakukan proses foto dengan menggunakan kamera perusahaan dan tripod untuk mendukung foto semakin maksimal. Foto tersebut nantinya menjadi aset bagi perusahaan untuk pembuatan konten selanjutnya. Setiap foto yang telah dipotret akan dipergunakan untuk konten promosi dari setiap hotel. Tema foto yang digunakan dalam proses *shooting* ini adalah menikmati indahnya berlibur bersama teman di Starlet Hotel Serpong & BSD.

#### B.5 Mengelola Registrasi melalui Google Form

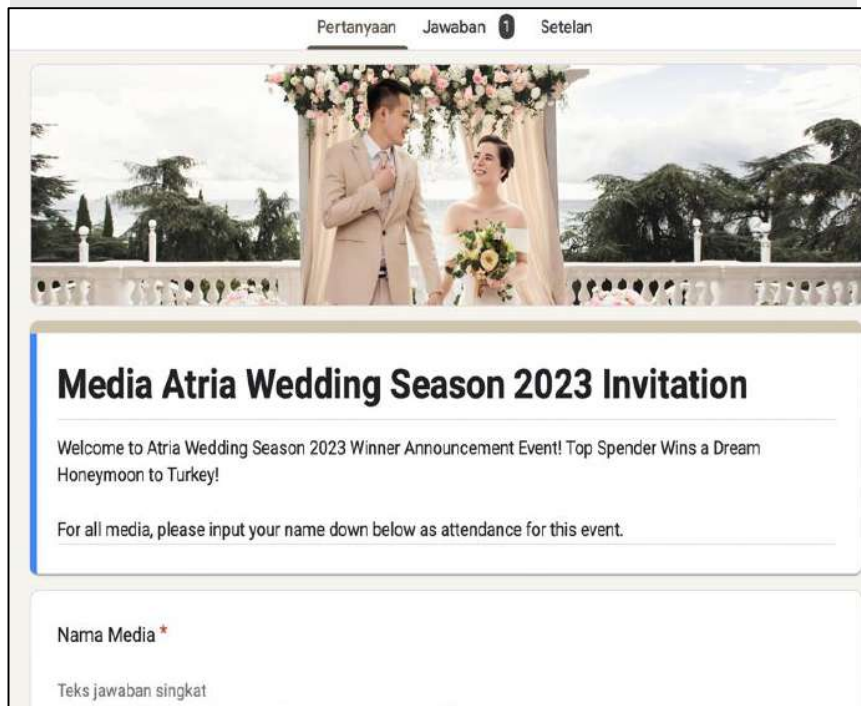


Gambar 3.18 Alur Pengerjaan Google Formulir

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Pemegang ditugaskan untuk melakukan penyimpanan data kehadiran para tamu undangan dalam acara Atria Wedding Season 2023 melalui pembuatan Google Formulir. Pengerjaan google formulir dimulai dari proses pengumpulan informasi terkait acara dan hal apa saja yang ingin ditulis didalamnya. Data yang ada kemudian digunakan untuk pembuatan *post mortem event* sebagai bahan evaluasi perusahaan terkait acara yang telah diselenggarakan. Data yang didapatkan dari pengisian Google Formulir adalah nama pelanggan, nomor telepon, dan email dari para tamu undangan. Dari hal ini dapat disebarkan penawaran baru melalui

pengiriman informasi melalui nomor telepon maupun email tamu yang hadir (BAKRI, 2023). Pembuatan google formulir telah dipergunakan untuk berbagai acara yang diselenggarakan di Parador Hotels & Resorts. Untuk itu, Google Formulir menjadi salah satu aspek paling penting dalam acara ini dikarenakan kehadiran para tamu dapat secara langsung dilihat melalui data yang sifatnya valid dan actual.



Pertanyaan Jawaban Setelan

**Media Atria Wedding Season 2023 Invitation**

Welcome to Atria Wedding Season 2023 Winner Announcement Event! Top Spender Wins a Dream Honeymoon to Turkey!

For all media, please input your name down below as attendance for this event.

Nama Media \*

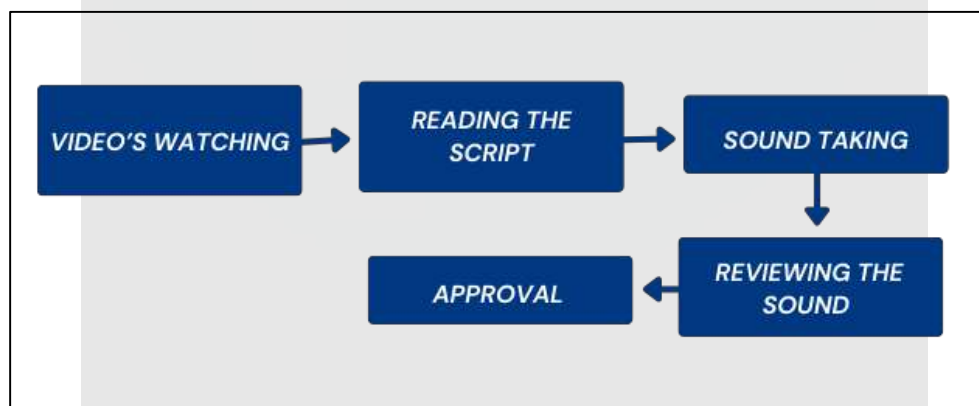
Teks jawaban singkat

Gambar 3.19 Registrasi Media Atria Wedding Season 2023  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Formulir yang dibuat selama proses magang beragam jenisnya, dimulai dari formulir untuk registrasi tamu undangan dan media pada Atria Wedding Season 2023. Dalam google formulir yang dibuat berisikan data diri dan kehadiran dari setiap tamu guna mengukur keberhasilan dari acara yang diselenggarakan oleh Parador Hotels & Resorts.

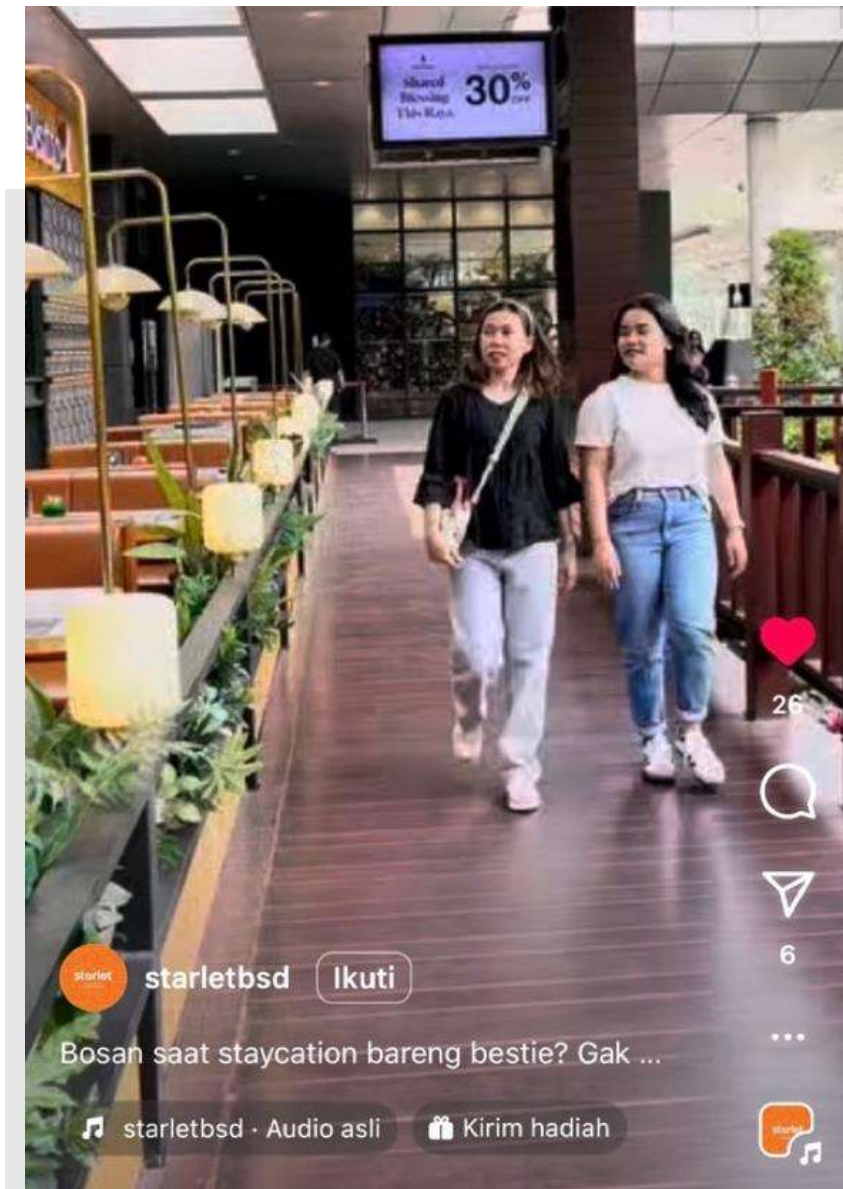
## B.6 Voice Over

Proses pembuatan *voice over* dilakukan oleh pemegang dimulai pemutaran video yang akan dilakukan pengisian suara, selanjutnya pemegang melakukan pembacaan *script* guna mengurangi kesalahan dalam mengucapkan kalimat yang ada, mengatur nafas dan suara agar seimbang, lalu dilakukan proses *take* suara yang untuk mengisi video promosi yang ditugaskan. Pembacaan *script* berguna agar ketika melakukan proses *take* tidak berbelit-belit dalam mengucapkan kalimat yang ada. Metode pengisian suara yang tidak hadir secara fisik untuk memberi informasi tambahan mengenai apa yang sedang terjadi seringkali dikenal sebagai teknik *voice over* (Artrisdyanti, 2023).



Gambar 3.20 Alur Pengerjaan *Voice Over*  
(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Dalam pembuatan konten media sosial, diperlukan tidak hanya informasi dalam bentuk foto melainkan juga dalam bentuk video yang dapat menarik audiens. Untuk hal ini, pemegang diberikan kepercayaan penuh untuk melakukan *voice over* pada konten interaktif Starlet Hotel BSD. *Voice over* yang dilakukan mencakup 3 video akan aktivitas dan tempat wisata menarik yang terletak berdekatan dengan Starlet Hotel BSD. Pembuatan *voice over* ini menjadi hal baru yang dilakukan oleh pemegang untuk mengisi suara dalam video promosi perusahaan.



Gambar 3.21 *Voice Over* Konten Starlet BSD  
(Sumber: Akun Instagram @starletbsd, 2024)

*Voice over* tersebut dipergunakan untuk mengisi suara pada video promosi Starlet Hotel BSD dengan mengusung informasi destinasi wisata menarik yang berdekatan dengan Starlet Hotel BSD, seperti Aeon Mall BSD, The Breeze, Rans Nusantara, dan lain-lain. Konten ini merupakan salah satu konten interaktif hiburan bagi para audiens Instagram Starlet BSD.

Dalam pengerjaan setiap penugasan yang diberikan, terdapat korelasi dengan mata kuliah yang dipelajari di kampus yakni *Writing for Public Relations* dan *Media Relations & Publicity Effectiveness*. Pembuatan *press release*, *media searching*, dan *speech* memiliki keterikatan yang erat dengan mata kuliah di atas sebagai alat komunikasi yang sangat diperlukan oleh seorang *Public Relations*. Dibutuhkan kemampuan menulis yang baik dan jelas untuk dapat menyesuaikan *press release* yang sedang dibuat. Dalam mata kuliah *Media Relations & Publicity Effectiveness* juga diajarkan untuk menjaga hubungan yang baik dengan para wartawan guna dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan melalui penyebaran informasi yang baik dalam medianya masing-masing.

### **3.3. Kendala yang Ditemukan**

#### **3.3.1 Kendala yang ditemukan**

Selama menjalani proses kerja magang, pemegang menemukan beberapa kendala, baik yang kendala ditemukan secara tim maupun individual. Dengan adanya kendala, maka suatu perusahaan atau individu akan mengalami kesulitan untuk berkembang ataupun meningkatkan performa dirinya. Berikut adalah beberapa kendala yang dialami oleh pemegang:

- 1) Kendala yang ditemukan pemegang dalam menyelesaikan penugasan yang diberikan adalah tidak mendapatkan *briefing* yang cukup jelas mengenai tugas-tugas selama magang. Sehingga, seringkali pemegang membutuhkan lebih banyak waktu untuk mencari tahu terlebih dahulu sebelum mengerjakan penugasan yang diberikan.
- 2) Waktu yang diberikan untuk melakukan pekerjaan magang seringkali berubah dan datang secara bersamaan dengan tugas lain yang sifatnya penting. Saat diberikan 1 (satu) tugas, terkadang terdapat juga tugas yang lain dan harus dikerjakan bersamaan. Oleh sebab itu, hal ini membuat pemegang kesulitan memilih tugas mana yang harus diselesaikan terlebih dahulu.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Melihat kendala yang telah dirasakan selama proses magang, terdapat pula beberapa solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, yakni:

- 1) Pemagang dapat bertanya dengan supervisor terkait *briefing* penugasan yang masih kurang dipahami agar mampu menyelesaikan penugasan yang diberikan dengan baik. Solusi lainnya yang dapat dilakukan pemagang juga adalah dengan mencari tahu informasi di berbagai media *online* terkait atau bertanya kepada atasan terkait cara pengerjaan tugas magang.
- 2) Pemagang dapat meminta waktu lebih panjang untuk tugas yang dirasa rumit dan sulit untuk diselesaikan dengan cepat. Selain itu, pemagang juga harus mengurutkan tugas berdasarkan tingkat urgensi dan prioritas utama yang dibutuhkan oleh perusahaan. Pemagang dapat bertanya kepada supervisor dan pemberi penugasan untuk memberitahu tugas mana yang harus diberikan lebih dahulu.