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 III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktik kerja magang di Hotel Novotel Tangerang. Praktik kerja magang dilaksanakan tiga bulan lamanya pada divisi *Public Relations* yang merupakan peran PR dalam bagian *Sales & Marketing.*

Kedudukan penulis dalam kerja magang pada divisi *Public Relations* di bawah bimbingan Novi Janti selaku *Eksekutif Public Relations Manager* yang menangani berbagai hal yang berhubungan dengan seluruh yang ada di Hotel Novotel Tangerang.

Selama tiga bulan melaksanakan praktik kerja magang, penulis diposisikan pada *event-event* yang diadakan, *media monitoring,* dan berhubungan dengan kegiatan-kegiatan lainnya. Penulis juga diharapkan cepat tanggap dengan pekerjaan-pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing dan penulis boleh bertanya maupun berdiskusi dengan rekan satu divisi jika ada pekerjaan yang kurang dipahami.

Pembelajaran dan pengalaman yang didapat selama tiga bulan lamanya adalah belajar bagaimana mencari berita tentang Hotel Novotel Tangerang melalui media cetak maupun media elektronik, belajar menjalin relasi yang terus dan lebih baik kepada pelanggan, menerapkan komunikasi yang semakin baik kepada konsumen atau *staff* perhotelan yang telah memiliki peranan penting bagi Hotel Novotel Tangerang.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam pelaksanaan kerja magang penulis telah memiliki bekal pengetahuan akan *theory public relations* yang akan penulis terapkan pada praktik kerja magang. Kegiatan yang dilakukan penulis dalam melakukan praktik kerja magang adalah kegiatan yang burhubungan dengan mata kuliah berikut :

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

1. **Online PR**
   a. Mengoperasikan akun social media Novotel Tangerang seperti *Twitter, Facebook* dan *Instagram*
   b. Memonitoring dan membuat laporan pertumbuhan *followers* akan ketiga akun social media Novotel Tangerang yang akan di masukan kedalam *monthly report*
   c. Memantau *tone* berita *online* Novotel Tangerang *positive* atau *negative*
2. **Event Management**
   a. Berpartisipasi dalam acara *Valentine Days*
   b. Berpartisipasi dalam pelaksanaan acara *Anniversary* Novotel Tangerang yang pertama
3. **Media Relations**
   a. *Monitoring Sister Company, Own Company*, dan *Competitor* Company
   b. Membuat *Monthly Report* yang akan di laporkann kepada General Manager
   c. Menghadiri acara *first Anniversary home living*
   d. Menjalin hubungan baik dengan teman – teman dari media
   e. Melakukan *visit* media ke TV Banten
4. **Lobi, Presentasi dan Negosiasi**
   a. Membuat *sponsorship letter*
   b. Melobi oxzone untuk mendapatkan *sponshorship* alat – alat *kitchen*
   c. Melobi *funworld* untuk mendapatkan voucher bermain Rp. 30.000 untuk anak – anak yang menginap di Novotel Tangerang
   d. Mempresentasikan acara yang akan dibuat kepada pihak *sponsorship*
   e. *Event Car free day* Jawa *Post* membantu meramaikan acara dan sponsor guru *Aerobic*

Marketing Public Relations merupakan mata kuliah yang sangat berperan penting dalam pelaksanaan praktik kerja magang penulis. MPR mengajarkan memasarkan perusahaan agar dapat diterima oleh masyarakat dan untuk keberlangsunggan perusahaan. Novotel Tangerang merupakan Hotel baru yang memerlukan *Brand Awarness* dan pengakuan *stakeholdernya* untuk keberlangsungannya. *Public Relations* Novotel Tangerang menggunakan *Marketing Public Relations* untuk membangun *Brand Awarness* dengan melakukan berbagai *event*. Penulis terlibat dalam pelaksanaan *event first anniversary* Novotel Tangerang, *Car free day* Jawa Post, & *Valentine days*.

Tabel 3.1

Laporan Realisasi Kerja Magang

Minggu Ke	Jenis Pekerjaan yang dilakukan Mahasiswa	
1 (satu)	1	Melakukaan klipping terhadap berita-berita dari semua hotel group Accor yang ada dalam *News Paper* seperti *promo, event, anniversary, managerial profile, visit hotel.*
	2	Melakukan kliping terhadap *News papper* diantaranya Bisnis Indonesia, Sindo, Jakarta Post, Tangsel Post, Jawa Post, Tanggerang Ekspress dan Satelit News.
	3	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang.
2 (dua)	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang.
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
3 (tiga)	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang.
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Melakukan *Media Gathering* untuk menghadiri *Anniversary* ke 5 home living di Kuningan pada tanggal 30 Januari 2015, untuk

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

		menjalin relasi dengan cara mendapatkan liputan Interior Hotel
4 (empat)	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memotoring majalah dan akan diklipping dan dimasukkan ke dalam Monthly Report
	4	Melakukan *visit* media kerja TV yang dimiliki Banten untuk menjaga perkembangan Social Media dari Novotel Tangerang untuk Facebook dan Twitter.
	5	Memasukkan quotes/promo-promo yang ada di Novotel tentang membuat *Followers* Novotel Tangerang.
	6	Belajar membuat *Report* untuk bulan yang akan datang (Bulan Februari) dengan adanya rencana acara *valentine* dan 1st *anniversary* Novotel Tangerang.
5 (lima)	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memotoring majalah dan akan diklipping dan dimasukkan ke dalam *Monthly Report*
	4	Melakukan event valentine dengan mempersiapkan dinner valentine pada tanggal 14 februari 2015
	5	Membantu menyebarkan promosi event, mengatur pengisi acara selama acara valentine berlangsung.
6 (enam)	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di *Online News* untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memotoring majalah dan akan diklipping dan dimasukkan ke dalam *Monthly Report*
	4	Mempersiapkan list-list organisasi dan media yang akan diundang dalam acara *anniversary* Novotel Tangerang yang pertama dan *follow up* siapa yang akan datang ke acara tersebut.
		Mengatur acara *anniversary* dengan melakukan senam pagi

	5	bersama dan dilanjutkan dengan acara lomba memasak yang di ikuti oleh teman-teman media dengan hadiah menginap dua malam di Hotel Novotel pada 8 Maret 2015 dengan tema *fun and sport*
	6	Membantu mencari guru aerobic dan pembuatan jadwal yang akan dimulai jam 08.00 – 14.00
7 (tujuh)	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memonitoring majalah dan akan di kliping dan di masukkan dalam *monthly report* dan *maintain social* media
	4	Belajar membuat *internal* memo di Novotel untuk di berikan kebagian *purchasing* apabila membutuhkan sesuatu
	5	Membuat banyak *event* dan *planning* membutuhkan perlengkapan yang tidak tersedia di hotel menghubungi pemasok
8 (delapan)		
	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di *Online News* untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memonitoring majalah dan akan di kliping dan di masuk dalam *monthly report* dan *maintain social media*
	4	Membuat *partnership program* untuk *event* mengadakan kursus memasak yang akan di sponsori oleh oxzone. Melakukan partnership telfon ke oxzone dengan memberikan timbal balik pasang logo oxzone di spanduk, *pamphlet event*.
	5	Bekerja sama dengan fun world untuk memberikan bonus bermain 30rb untuk anak – anak yang menginap di Novotel Tangerang dengan timbal balik yang sama menaruh logo pada brosur Novotel.
9 (sembilan)		
	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
		Memonitoring majalah dan akan di kliping dan di muat dalam

	3	*monthly report* dan *maintain social media*
	4	Mencari *golf community* dan membuat paket *golf community* untuk membuat stakeholder Novotel Tangerang lebih besar tidak hanya untuk *airlines* tetapi juga komunitas komunitas lainnya.
10 (sepuluh)		
	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memonitoring majalah dan akan di kliping dan di masuk dalam *monthly report* dan maintain *social media*
	4	Belajar membuat *sponshorsip letter for partnership* di *email* ke *partner* untuk mengajak bekerja sama contohnya *car free day* dengan jawa post kami masuk ke koran jawa post. Novotel bergabung dengan acara *car free day* dengan mengajak *aerobic* bersama.
11 (sebelas)	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memonitoring majalah dan akan di kliping dan di muat dalam *monthly report* dan *maintain social* media
	4	Membantu *team marketing* dengan melakukan *courtesy call* dan menelepon perusahaan yang memiliki *contract rate* dengan Novotel untuk meminta *feedback* kapan ada mengginap group di Novotel.
	5	Membantu melakukan *appointment call for sales mission*
	6	Menelpon kesejumlah perusahaan untuk di ajak bertemu dan menjelaskan fasilitas Novotel dan *rate* yang diberikan khusus untuk *group* perusahaan yang di lakukan oleh *team sales* dan hanya saja untuk membantu pembuatan janji di bantu dengan saya.
12 (duabelas)		
	1	Melakukan *Monitoring sister company, own company* terhadap *competitor company* yang ada di Tangerang
	2	Melakukan *Media Monitoring* tentang Novotel Tangerang di Online News untuk dijadikan *Monthly Report*
	3	Memonitoring majalah dan akan di kliping dan di muat dalam *monthly report* dan *maintain social media*

	4	Membantu pekerjaan *sales* dengan membuat *corporate contract* yang akan di kirimkan ke perusahaan yang meminta kami harga *corporate rate* untuk perusahaannya harga akan berlaku dalam kurun waktu 1 tahun. (*Quatation letter)* yang merupakan *confirmation letter* yang menandakan adanya hubungan rate contract setahun lamanya antara perusahaan dengan Novotel Tangerang.

Sumber : Hasil Laporan Kegiatan magang, 2015

Tabel 3.2

Timeline Aktivitas Kerja Magang

Kegiatan Yang dilakukan Penulis	**Januari**				**Februari**				**Maret**				**April**			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Training Hotel Novotel																
Online Public Relation																
1. Social Media																
Event Management																
1. Media Gathering																
2. Visit media																
3. Menyebarkan Promosi																
4. Valentine Day																
5. 1st anniversary Novotel																
6. PR & Event Plan																
7. Quotes/Promo/brosur																
Media Relation																
1. Press Release/ News Papper																
2. Media Monitoring																

3. Media Clipping																
4. Internal Memo																
5. Sponshorsip letter																
6. Courtesy call																
7. Corporate contract																

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

1. Online PR

Public relations executive Novotel Tangerang memilih untuk menggunakan jejaring sosial Facebook, Instagram dan Twitter sebagai media komunikasi sehingga dapat melakukan komunikasi langsung dengan *follower*. Hal-hal yang dikomunikasikan tidak terlepas dari informasi-informasi seputar hotel seperti fasilitas, promo yang sedang ditawarkan maupun mengadakan kuis-kuis berhadiah yang menarik. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa menggunakan sosial media sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk berkomunikasi.

Selama melakukan kerja magang, penulis diberi kesempatan untuk mengoperasikan *social* media Novotel Tangerang di Facebook, Instagram dan Twitter secara "*live tweet*". Selain itu penulis juga diberi kesempatan untuk membuat *report* bulanan mengenai keefektifan dan keaktifan *social* media dari *Facebook, Instagram, & Twitter*. Dihitung dan dilihat dari jumlah *followers* yang bertambah setiap bulannya serta memeriksa komentar negatif maupun positif mengenai Novotel Tangerang.

Media sosial telah terbukti dapat memajukan, tidak hanya pada proses komunikasi sehari-hari, tetapi juga memiliki potensi untuk mempengaruhi bottom line perusahaan atau, minimal, reputasi perusahaan. (Breakenridge, 2012, h.8).

Kaplan dan Haenlein (2010, h. 104) mendefinisikan social media sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang juga merupakan tempat,

alat bantu,layanan yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka untuk bertemu dan berbagi dengan rekan lainnya melalui teknologi internet.

PR online mengajarkan bagaimana cara membangun dan membuat pesan di dunia maya untuk membangun *Brand Awarness* dari perusahaan itu sendiri. Pada praktik nyatanya penulis di percayai untuk memaintain akun *social* media dari Novotel Tangerang seperti *Instagram, Facebook & Twitter* dengan mengunggah promo, *quotes* dan *event – event* yang ada di Novotel Tangerang. Sesuai dengan apa yang diajarkan di bangku kuliah Novotel Tangerang juga membuat pertumbuhan *followers* akun social media setiap bulannya.

2. Event Management

a. Valentine's Day

Penulis melaksanakan tugas dengan melakukan event valentine day dengan mempersiapkan *dinner valentine* pada tanggal 14 februari 2015 dan membantu untuk mengatur pengisi acara selama acara *valentine day*, membuat *rundown*/jadwal acara, memperispakan kebutuhan acara *valentine day.*

Dalam melaksanakan *event valentine days* yang jatuh pada 14 *february* ini penulis menggunakan apa yang penulis dapatkan pada mata kuliah *event management* bagaimana cara melaksanakan sebuah event dari mempersiapkan sampai dengan tahap evaluasi.

b. First Anniversary Novotel

Happy anniversary digunakan untuk mengucapkan selamat ulang tahun atas berdirinya suatu perusahaan, kejadian dan tidak ditujukan untuk mengucapkan ulang tahun kepada orang.

Pada kegiatan ini penulis mempersiapkan *list-list* organisasi dan media yang akan diundang dalam acara *anniversary*

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

Novotel Tangerang yang pertama dan *memfollow up* siapa yang akan datang ke acara tersebut hingga mengatur acara anniversary dengan melakukan senam pagi bersama dan dilanjutkan dengan acara lomba memasak yang di ikuti oleh teman-teman media dengan hadiah menginap dua malam di Hotel Novotel pada 8 Maret 2015 dengan tema fun and sport.

Selanjutnya membantu mencari guru *aerobic* dan pembuatan jadwal yang akan dimulai jam 08.00 – 14.00, kemudian juga mencoba menjalin parthnership dengan oxzone meminta oxzone sebagai sponsor alat – alat *kitchen* dari kegiatan lomba memasak dan penulis berhasil melakukan *partnership* dengan oxzone dengan timbal balik menaruh logo oxzone dalam spanduk *event.*

Dalam *Event Management*, semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan *event* yang sesuai dengan harapan. Sangatlah diperlukan kekompakan pada setiap orang yang terlibat dalam tim. Dengan kata lain, *Event organizer* berati tidak hanya satu orang yang merasa dirinya paling hebat dalam menjalankan tugas tapi semuanya saling bergantung satu sama lain. Seorang Koordinator *event* harus bersikap tegas namun bijaksana, perlu diingat *event* adalah sebuah kegiatan jasa dan tugasnya harus memberikan pelayanaan sebaik mungkin kepada semua yang terlibat di dalam *event* tersebut termasuk di dalamnya semua anggota panitia. Bila dalam pelaksanaan sebuah *event,* tim harus kompak dan masing-masing bahu membahu untuk mensukseskan *event* namun tetap terkoordinasi.

Definisi *Event* menurut Noor (2009, h.7) suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Dimana *event-event* dibuat dengan tujuan menarik minat para pengunjung untuk dapat melihat acara yang sedang berlangsung, sehingga timbul rasa

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

keingintahuan yang tinggi terhadap *event* apa yang dilakukan oleh Hotel Novotel. Terlebih bagi orang yang belum terlalu mengetahui keberadaan hotel Novotel, dengan melakukan banyak *event*, tentu banyak orang akan mengetahui dan tertarik untuk berkunjung ke hotel Novotel sehingga tujuan hotel untuk pomosi dapat berjalan dengan baik.

Untuk menunjang perkembangan Novotel Tangerang, Novotel Tangerang sering mengadakan *event-event*. *Event* management merupakan salah satu *tools* dari *public relations* untuk meningkatkan *awareness stakeholder*. Seperti yang dikatakan bahwa *event* adalah sebuah tipe lain dalam promosi yang sering digunakan dalam pemasaran (Belch, 2009. h. 42). *Public relations executive* Novotel Tangerang melakukan aktivitas ini dengan tujuan untuk memperkenalkan Hotel Novotel Tangerang yang masih dapat dikatakan baru dikawasan Tangerang.

3. Media Relations

a. Media Gathering

Kegiatan penulis dalam hal ini yaitu Melakukan *Media Gathering* untuk menghadiri Anniversary ke 5 home living di Kuningan pada tanggal 30 Januari 2015, untuk menjalin relasi dengan cara mendapatkan liputan *Interior* Hotel. Penulis beramah tamah dengan teman – teman dari media dan saling bertukar informasi.

Menurut Jefkins (2003, h. 119) dalam bukunya *Public Relations*, edisi keempat yaitu sebagai berikut: Media *Gathering* adalah Konferensi Pers (*Press Conference*) Sebuah pertemuan para wartawan yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah hangat dibicarakan. Biasanya acara ini diselenggarakan secara mendadak, dan tempatnyapun seadanya.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

b. Visit media

Untuk mencapai sasaran dan pelaksanaan program-program *Media Relations* Novotel Tangerang akan melaksanakan beberapa aktifitas, terutama *Media Visit* ke TV Banten untuk menawarkan lokasi syuting di Novotel Tangerang.

Media adalah Alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi, yang terdiri antara lain buku, tape-recorder kaset, video kamera, video recorder, film, slide, foto, gambar, grafiktelevisi, dan komputer (Gagne dan Briggs dalam Arsyad, 2002, h. 4)

Penulis melakukan visit media kerja TV yang dimiliki Banten untuk membangun relasi dengan media yang gunanya untuk membangun *brand awareness* dari Novotel Tangerang.

c. Media Monitoring

Penulis mendapat tugas untuk melakukan *monitoring* dari beberapa media cetak lokal dan nasional (*News papper*) diantaranya Bisnis Indonesia, Sindo, Jakarta Post, Tangsel Post, Jawa Post, Tanggerang Ekspress dan Satelit News. Dimana penulis diharuskan membaca dan mengkliping sejumlah berita yang berkaitan dengan perusahaan dan pariwisata.

Hal ini penulis lakukan setiap hari, begitu juga dengan Melakukan *Monitoring sister company, own company* dan *competitor company* yang ada di Tangerang. Setela itu penulis membuat rekapan *PR Report* yang akan dilaporkan kepada *General Manager*. Hal ini dilakukan agar GM mengetahui aktivitas departemen PR selama satu bulan dan untuk mengetahui perkembangan publikasi dan *advertisment* yang dilakukan PR. Tugas ini penulis lakukan setiap akhir bulan.

Media monitoring merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

sumber yang lain kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang. (Ardianto, 2004, h. 98).

Di Novotel Tangerang, coverage dapat berupa artikel dan foto. Penulis melakukan kegiatan ini rutin setiap hari dengan sepuluh koran, lima majalah dan dua tabloid setiap bulan.

Penulis menggunting dan menempel di kertas sesuai dengan nama serta jenis media, tanggal tayang, halaman dan berapa ukuran pemberitaan yang tayang.

Termasuk coverage yang didapat dari media online mengenai Novotel Tangerang, penulis menscreenshoot dan mencetak. Setelah itu penulis memasukannya ke dalam file-file sesuai ketagori coverage yang didapat. Hasil-hasil coverage tersebut sangat berguna karena untuk report tiap bulannya, menjadi bahan pertimbangan untuk promosi dan acara selanjutnya.

d. Media Clipping

Penulis membuat dokumentasi berupa klipingan surat kabar mengenai kegiatan perusahaan hotel dan *competitornya* seperti Aryaduta, Atria, The Papandayan, Mercure Hotel yang mana hotel tersebut bertaraf bintang empat dan lima dokumen hotel yang dibuat juga berupa lembaran foto - foto kegiatan yang diselenggarakan pihak hotel, aktivitas marketing / pemasaran di media radio.

Aktivitas yang diselenggarakan *competitor* dapat dipantau dari *press release* maupun iklan yang dimuat di surat kabaar, sehingga *Marketing Public Relations* Hotel Novotel dapat mengetahui promo atau *event* apa saja yang diselenggarakan pihak *competitor* dan ini akan memacu kompetisi perhotelan dengan memberikan yang terbaik dan selalu baru.

Public Relations menjadi salah satu orang yang menyimpan semua dokumen terkait dengan kegiatan perusahaan. Data tersebut dapat berupa lembaran- lembaran, audio maupun visual. Data- data tersebut merupakan dokumen penting yang perlu dijaga, dirawat dan

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

diamankan oleh Public Relations. Dokumen ini digunakan sebagai bahan evaluasi dan referensi segala kegiatan perusahaan yang sudah diselenggarakan sehingga jika pihak hotel akan mengadakan promo atau event lagi bisa mengacu kepada dokumentasi yang berupa data-data event terdahulu, dan diharapkan event / promo yang diselenggarakan selanjutnya lebih berhasil daripada sebelumnya.

e. Press release

Novotel Tangerang menggunakan *press release* sebagai upaya untuk bentuk publisitas berupa *event-event* yang akan dan sedang diselenggarakan oleh Novotel Tangerang. Dalam pemberitaan *press release* berisikan informasi yang singkat, padat dan memerlukan 5W+1H. Sehingga salah satu tugas penulis sebagai salah satu aktivitas *public relations* adalah menulis *press release.*

Press release yang telah dibuat kemudian diperiksa oleh pembimbing lapangan yaitu *public relations executive* Novotel Tangerang apakah masih ada informasi yang kurang atau bahasa dalam penulisan *press release.* Kemudian press release yang sudah diperiksa dan disetujui oleh *public relations* akan dikirim ke media list melalui email. Penulis mendapat kesempatan untuk menulis *press release* pada *event valentine* dan *anniversary* yang berlangsung di Novotel Tangerang.

Press release adalah sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita (Soemirat dan Ardianto, 2007, h. 128). Hal ini dilakukan sebagai upaya memberitakan atau mengumumkan sesuatu tentang kegiatan yang diselerenggakan Novotel. Tentu saja Novotel Tangerang mengharapkan *coverage* berita yang positif.

Pemuatan *press release* ini tergantung pada instansi media cetak untuk menyiarkan atau tidak memuatnya di surat kabar, dimana pemuatan *press release* tersebut bersifat gratis, karena itu merupakan wewenang pihak media cetak, sehingga menjadi tugas Marketing

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

Public Relations Hotel Novotel meramu dan membuat *press release* semenarik dan sekreatif mungkin lewat kata dan promo/ *event* yang akan digelar agar dapat menarik para media cetak untuk memuat *press release* hotel tersebut. *Press release* yang dimuat di media cetak di dapat wartawan media cetak melalui wawancara secara langsung pihak terkait bisa juga pihak *Management PR*-nya sendiri yang mengirim bahan *press release* yang sudah mengalami pengeditan oleh pihak media cetak.

Kegiatan publisitas ini selain memperkenalkan produk hotel dan secara tidak langsung juga membangun hubungan komunikasi yang erat diantara para wartawan media karena kedua belah pihak saling membutuhkan, pihak hotel membutuhkan media sebagai media promosi demikian juga media membutuhkan bahan berita yang akan dijadikan sumber informasi atau nara sumber berita di media cetak

Media relations merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh PR. Membina hubungan dengan media merupakan bagian dari fungsi PR, dan ini bisa menjadi perangkat yang sangat penting dan efisien karena media dianggap mampu untuk menjangkau publik eksternal perusahaan yang tersebar luas. Selain itu media juga merupakan salah satu sumber informasi yang berita dan informasinya diperhatikan oleh masyarakat

Menurut Frank Jefkins (2003, h. 117) " Media Relations adalah usaha untuk mencapai publisitas atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari perusahaan atau organisasi yang bersangkut

4. Lobi, Presentasi dan Negosiasi

a. Sponshorsip letter

Penulis mencari sponsor untuk acara *partnership* melalui program untuk *event* mengadakan kursus memasak yang akan di sponsori oleh oxzone sponsori oleh oxzone melakukan *partnership* telfon ke oxzone

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

dengan memberikan timbal balik pasang logo oxzone di spanduk, *pamphlet event*. Penulis juga terlibat dalam rapat sponsor yang ingin mensponsori acara *Patnership* dan bekerjasama dengan fun world untuk memberikan bonus bermain Rp. 30.000 untuk anak – anak yang menginap di Novotel Tangerang dengan timbal balik yang sama menaruh logo pada brosur Novotel.

Selain itu penulis juga belajar membuat sponshorsip letter for *partnership* di *email* ke partner untuk mengajak bekerja sama contohnya *car free day* dengan jawa post kami masuk ke koran jawa post. Novotel bergabung dengan acara *car free day* dengan mengajak *aerobic* bersama di bundaran HI. Berikut aktivitas *Public Relations* yang diberikan kepada penulis, antara lain:

1. Membuat *press release* Hotel Novotel untuk acara dan saat mendapatkan penghargaan
2. Dipercaya untuk membuat surat mengajukan permohonan *sponsorship d*alam *E-Mail*.
3. Diberi tanggung jawab untuk membuat *company profile* Hotel Novotel Tangerang.

Pemasaran *sponsorship* (*sponsorship* marketing) adalah aplikasi dalam mempromosikan perusahaan dan merek mereka dengan mengasosiasikan perusahaan atau salah satu merek dengan kegiatan tertentu (Shimp, 2003, h.6).

Teknik Lobi, Presentasi dan Negosiasi yang penulis dapatkan di bangku kuliah sangat membantu penulis dalam melakukan kegiatan *sponsorship* penulis mengajak oxzone bekerjasama memberikan *sponsorship* untuk acara *first anniversary* Novotel Tangerang dengan meminjamkan dua belas kompor dan dua belas alat memasak.

Mengajak fun world untuk bekerja sama memberikan kupon diskon bermain seharga Rp. 30.000 untuk anak – anak yang menginap di Novotel Tangerang tentunya dalam mengajukan *sponsorship*.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

5. **Marketing Public Relations**

a. **Menyebarkan Promosi**

Salah Satu strategi promosi yang dilakukan Novotel Tangerang. Penulis ditugaskan melakukan kegiatan menyebaran brosur dan newsletter menyebarkannya pada orang-orang yang berpotensial menjadi konsumen setia. Sertakan gambar yang menarik dilengkapi kontak untuk menghubungi jika ingin memesan dalam brosur . Selain itu, trik lain agar selebaran tidak begitu saja dibuang adalah dengan mencantumkan isi yang bermanfaat di dalamnya. Misalnya, bisa sertakan promo fasilitas hotel, pengetahuan tentang Novotel, atau memasukkan quotes/promo-promo yang ada di Novotel.

Menurut Machfoedz (2005, h.103) mengemukakan bahwa Promosi adalah merupakan salah satu dari unsur bauran komunikasi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pemasar, unsur yang lain adalah *personal selling*, pemasaran langsung, periklanan dan hubungan masyarakat. Karena sifatnya yang unik, promosi dapat memenuhi tujuan komunikasi tertentu yang tidak dapat dicapai dengan tehnik lain.

Tujuan utama dari promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan secara mendasar terdiri dari beberapa alternatif, antara lain: menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan sasaran konsumen tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. (Subagyo, 2010, h. 133).

b. **Corporate Contract**

Pada jenis reservasi hotel ini, penulis hanya membantu pekerjaan *sales* dengan membuat *corporate contract* yang akan di kirimkan ke perusahaan yang meminta kami harga. *Corporate rate* untuk perusahaannya harga akan berlaku dalam kurun waktu 1 tahun.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

(Quatation letter) yang merupakan *confirmation letter* yang menandakan adanya hubungan *rate contract* setahun lamanya antara perusahaan dengan Novotel Tangerang.

Corporate adalah suatu jaminan pemesanan kamar dengan tanggungan dari suatu perusahaan yang telah membuat contract agreement (perjanjian dalam bentuk kontrak) dengan pihak hotel. Bila tamu no show (tidak datang ke hotel tanpa pemberitahuan sebelumnya), biasanya pihak hotel akan melakukan tindakan no show charge (pembebanan biaya kamar selama satu malam ditambah pajak dan pelayanan) (Lizmk,2015, p.4).

c. Courtesy Call

Dalam kegiatan ini penulis membantu team marketing dengan melakukan *courtesy call* dan menelepon perusahaan yang memiliki *contract rate* dengan Novotel untuk meminta *feedback* kapan ada mengginap lagi untuk group di Novotel, serta menjelaskan fasilitas Novotel dan *rate* yang diberikan khusus untuk group perusahaan yang di lakukan oleh *team sales* dan melakukan *appointment call for sales mission*

Dimensi Kualitas Pelayanan, menurut Parasuraman dan Zeithaml (2004, h. 69) mengidentifikasi bahwa faktor utama yang menentukan kualitas jasa adalah *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respect, perhatian keramahan yang dimiliki para contact personnel (seperti resepsionis, operator telepon, customer service).

d. Quotes/Promo/brosur

Tugas penulis menjadi lebih luas, seperti mengunjungi satu persatu tenant untuk mengkonfirmasi promo-promo yang sedang diadakan para tenant yang kemudian dibuatkan paging sebagai sarana publikasi untuk para tenant yang sedang mengadakan promosi.

Martin L. Bell dalam Swastha dan Irawan (2005, h. 349) menyatakan bahwa media promosi merupakan bagian dari promosi dan kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

Dimana promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Tujuannya memudahkan konsumen menyerap intisari dan melahirkan sikap yang positif. Dengan demikian, media promosi dapat memberikan pengaruh kepada konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli produk tersebut atau tidak.

Menurut Mulyana (2008, h.20) "Brosur adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Halamannya sering dijadikan satu (antara lain dengan stapler, benang, atau kawat), biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid keras".

Berdasarkan definisi-definisi tersebut peneliti sampai pada pemahaman bahwa brosur merupakan terbitan tidak berkala yang tidak terkait dengan terbitan lain, tidak dijilid keras, hanya memiliki paling sedikit 5 halaman dan tidak lebih dari 48 halaman.

Fungsi brosur adalah sebagai media iklan, sebagai *company profile* dan informasi produk yang ditawarkan kepada konsumen. Agar fungsi brosur menjadi maksimal ada beberapa faktor yang harus ada didalam brosur seperti judul yang menarik, informasi yang tepat dan singkat, kontak serta desain yang menarik dan informatif.

Tugas penulis menjadi lebih luas, seperti mengunjungi satu persatu tenant untuk mengkonfirmasi promo-promo yang sedang diadakan para tenant yang kemudian dibuatkan *paging* sebagai sarana publikasi untuk para tenant yang sedang mengadakan promosi.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

3.3.2 Kendala Proses Kerja Magang

Berikutnya ini adalah kendala magang yang dirasakan penulis selama masa praktek kerja magang :

1. Seringnya terjadi *miss communication* antara DOSM dan *Public Relation*s mengenai info-info *event* dan promo yang akan dilaksanakan karena kurangnya informasi yang jelas dari pembimbing lapangan hingga membuat bingung bagi *marketing Public Relations*.
2. Kurangnya koordinasi dalam pemberian tugas sehingga antara dua divisi di hotel kerjasamanya kurang kuat.

3.3.3 Solusi Proses Kerja Magang

Berikut ini adalah solusi yang dapat diberikan penulis terhadap kendala magang :

1. DOSM sebagai kepala divisi *sales & marketing* bertanggung jawab penuh terhadap segala kebutuhan *Marketing Public Relations* sebaiknya selalu melakukan koordinasi dan sebisa mungkin selalu aktif berkomunikasi, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya *miss communication*, bila perlu melakukan *briefing* pagi dan sore.
2. Hotel Novotel sering mengadakan *gathering internal* karyawan sehingga antara karyawan di masing-masing divisi makin kompak dan dapat berkerjasama dengan baik dalam melaksanakan tugas dan berusaha semampunya mengerjakan tugas yang diberikan. Disamping itu pihak perusahaan dapat menunjuk salah satu *staff* dari divisi *Marketing Public Relations* untuk menjadi pembimbing lapangan tetap bagi para pekerja magang, sehingga para pekerja magang dapat dibimbing secara lebih *intens* dan bisa lebih terlibat dalam aktivitas divisi tersebut.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015