



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

Pelaksanaan Kerja Magang

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di Hotel Novotel Tangerang, penulis ditempatkan di divisi *Sales & Marketing* yang melakukan tugas *public relations*. Di Hotel Novotel Tangerang tidak memiliki divisi *public relations* secara khusus. *Public relations* masih digabung bersama divisi *sales & marketing*.

Selama praktik magang berlangsung, penulis lebih fokus terhadap *event-event* yang diadakan, *media monitoring*, dan berhubungan dengan media-media. 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.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan praktik kerja magang di Hotel Novotel Tangerang, penulis mendapatkan banyak pengetahuan dan pengalaman mengenai pekerjaan-pekerjaan yang diberikan. Penulis diberikan kesempatan untuk mengikuti dan mengelola *event* yang dilaksanakan oleh Hotel Novotel Tangerang seperti kegiatan donor darah, *press conference*, *Grand Opening*, *launching Mascot Novotel Tangerang "Rhino"*.

Penulis juga diberi kesempatan untuk menulis *press release* mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Hotel Novotel Tangerang. Penulis juga terlibat dengan *media monitoring*, penulis mencari berita-berita yang berkaitan dengan Hotel Novotel Tangerang. Penulis juga berhubungan langsung dengan media-media yang ingin melakukan wawancara dan melakukan *media visit*.

Minggu ke	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita-berita mengenai <i>competitor</i>, berita lokal mengenai acara pemerintah, <i>sister hotel</i> dan berita mengenai Novotel Tangerang sendiri. - Telpon sekolah-sekolah untuk undang <i>launching mascot kids club</i>. - Follow up sekolah-sekolah - Membuat surat undangan untuk <i>launching mascot kids club</i>. - Melakukan photo taking untuk Novotel Tangerang
2	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Mempersiapkan <i>grand opening</i> Novotel Tangerang (<i>invitation, goodie bag</i>, dan lain-lain). - <i>Follow up</i> sekolah-sekolah lebih lanjut. - <i>Take tour</i> guru-guru sekolah untuk melihat <i>venue</i> acara 12 Oktober 2014
3	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Event 12 Oktober 2014 <i>launching mascot</i> Novotel “Rhino” di Car Free Day HI - Event 12 Oktober 2014 <i>launching</i> Rhino di Novotel bersama 60 anak-anak dari 3 sekolah di Tangerang - Event 12 Oktober 2014 <i>Photoclinic, workshop</i> dan lomba foto bersama Dewandra Jelantik dari Bali. - Mengontrol acara berlangsung, <i>maintain venue</i>, mempersiapkan acara berlangsung.

4	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Mengontrol persiapan <i>goodie bag</i> - <i>Follow up invitation</i> terutama tamu VIP - Mengontrol persiapan acara mulai dari <i>venue, food</i> dan lain-lain - <i>Technical Meeting</i> untuk pengisi acara <i>Grand Opening</i> - <i>Follow up Media</i> untuk <i>press conference</i> - <i>Press conference</i> yang dihadiri oleh 50 media dan mengundang Menteri Pariwisata Ibu Mari Elka Pangestu (<i>maintain</i> acara, temu wartawan) - Melakukan <i>press tour</i> keliling hotel - <i>Evening party Grand Opening</i> Novotel Tangerang dengan mengontrol acara secara berlangsung berjalan lancar karena tidak menggunakan <i>Event Organizer</i>.
5	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita terutama mengenai berita acara Novotel Tangerang di media online dan media cetak - Menyebarkan <i>press release</i> - Mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu kesuksesan acara <i>grand opening</i>.
6	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Membuat PR montly report seperti media coverage, social media. - Research wedding expo 2014 – 2015 untuk mengikuti pameran dalam rangka promosi wedding Novotel Tangerang

7	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Menyebarkan <i>press release</i> kegiatan CSR donor darah - Mengajak partisipasi para karyawan Novotel Tangerang (<i>internal</i>) untuk mengikuti kegiatan CSR donor darah - Mencari vendor untuk acara tahun baru Novotel Tangerang
8	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - Mempersiapkan kegiatan CSR donor darah - <i>Technical meeting Wedding Expo by Weddingku</i> di Grand Mercure - Melakukan kegiatan CSR donor darah di <i>Ballroom</i> Novotel Tangerang yang dihadiri <i>internal</i> dan <i>external</i> kurang lebih 50 partisipan.
9	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Membuat <i>media list</i> dari daftar <i>press conference</i> - <i>Report</i> liputan mengenai <i>Grand Opening</i> Novotel Tangerang
10	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Kliping berita online sampai 30 liputan berita - Membuat <i>media analysis report</i> dari media cetak dan online (menghitung <i>PR Value</i>)
11	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Membuat <i>report social media</i> (Facebook, twitter dan instagram) dan <i>report website travel</i> (Agoda.com,

	booking.com, tripadvisor.com) dilihat dari peningkatan jumlah <i>followers</i> dan <i>positif/negatif/average comment</i> .
12	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping berita - Membuat file report grand opening Novotel Tangerang untuk owner dan General Manager - Follow up vendor untuk acara tahun baru dan natal - Membuat PR proposal untuk acara kegiatan CSR natal dan acara natal (Christmas Carol) di Novotel Tangerang. - Membuat press release acara Christmas Carol - Melakukan photo taking untuk promosi Natal

Tabel 3.2 Laporan Realisasi Kerja Magang

UMMN

Kegiatan Yang Dilakukan Penulis	Sept				Okt				Nov				Des			
				4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
Online Public Relations																
Social Media																
Event Management																
1. Launch Mascot Rhino																
2. Photoclinic Competition																
3. Press Conference Grand Opening																
4. Evening Party Grand Opening																
5. Blood Donation																
Media Relations																
1. Media Clipping																
2. Press Release																

Tabel 3.2.1 Timeline Aktivitas Kerja Magang

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Online Public Relations*

3.3.1.1 *Social Media*

Kaplan dan Haenlein (dalam Romli, 2012, h. 104) mendefinisikan *social media* sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun 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.

Novotel Tangerang berusaha memberikan pesan (*message*) yang jelas untuk kebutuhan informasi konsumen/calon konsumen akan informasi mengenai hotel, menghibur (*entertainment*) dengan cara seperti memberikan kuis-kuis berhadiah menarik, membuat informasi-informasi yang bersifat interaktif sehingga bisa mendapatkan umpan balik (*feedback*) secara langsung.

Public relations executive Novotel Tangerang memilih untuk menggunakan jejaring sosial *facebook*, *instagram* dan *twitter* sebagai media komunikasi sehingga dapat melakukan komunikasi langsung dengan para *user* atau disebut *followersnya*. 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 mengupdate *social media* Novotel Tangerang di

facebook dan twitter secara “*live tweet*” pada saat sedang talk show di Radio Star FM untuk mengajak para *followers* berpartisipasi mengikuti kuis yang diadakan Star FM dan Novotel Tangerang. Selain melakukan *live tweet*, penulis juga mendokumentasikan untuk diupload di *social media* Novotel Tangerang.

Selain itu penulis juga diberi kesempatan untuk membuat report bulanan mengenai keefektifan dan keaktifan social media dari facebook, twitter dan instagram. Dihitung dan dilihat dari jumlah *followers* yang bertambah setiap bulannya serta memeriksa komentar negatif maupun positif mengenai Novotel Tangerang.

3.3.2 Event Management

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.

Pada saat penulis melakukan praktik kerja magang, ada 5 *event* yang dilaksanakan oleh Novotel Tangerang. Berikut penulis menjelaskan *event-event* yang diadakan:

3.3.2.1 *Launch Mascot Rhino*

Menurut Ardianto tujuan *special event* (acara khusus), sebagai berikut (Pudjiastuti, 2010, h. 24):

1. Pengenalan (*awareness*) dan meningkatkan pengetahuan (*knowledge*) terhadap suatu perusahaan ataupun produk yang ingin dipublikasikan.
2. Suatu proses publikasi suatu produk atau perusahaan untuk memperoleh publisitas yang baik di mata publik melalui interaksi komunikasi secara timbal balik.
3. Menunjukkan niat positif dari perusahaan, yaitu produk yang mewakilinya dan sekaligus memberikan citra positif terhadap publik sasarannya.
4. Upaya mempertahankan penerimaan publik.
5. Memperoleh konsumen baru melalui *special event* yang dibentuk secara menarik, informative dan kreatif.

Masa depan pertumbuhan perusahaan ditentukan oleh sukses produk baru, disamping itu sudah menjdsi trend bahwa obsesi paling tinggi dari seorang usahawan atau pemasar adalah sukses melahirkan atau melakukan *launching brand*. (Jonatan, 2007, h. 4)

Tujuan dari diadakannya *launching mascot* Rhino adalah mempublikasikan atau memperkenalkan *icon* terbaru dari Novotel Tangerang serta meningkatkan pengetahuan publik terhadap *mascot* Rhino badak bercula satu di mata publik, sehingga dengan begitu

sekaligus menciptakan citra (*image*) positif untuk Novotel Tangerang selaku perusahaan yang ikut melestarikan badak bercula satu di Banten.

Event launching mascot “Rhino” berlangsung pada tanggal 12 Oktober 2014 di Bundaran HI mengikuti *car free day* di pagi hari. Event ini diadakan untuk menumbuhkan *awareness* ke masyarakat di Jakarta maupun Tangerang untuk lebih mengenal Novotel Tangerang melalui *mascot* “Rhino” yang baru diluncurkan. Maskot tersebut berupa badak bercula 1 yang merupakan *icon* dari pelestarian kota Tangerang.

Public relations executive mengajak kurang lebih 20 karyawan internal untuk join meramaikan acara *car free day* di bundaran HI, acara berlangsung dengan membagi-bagikan balon berlogo Novotel Tangerang dan mengajak pengunjung berfoto bersama badut “Rhino”.

Di sore harinya, launching mascot “Rhino” dilanjutkan dengan acara di Novotel Tangerang bersama 3 sekolah berjumlah kurang lebih 60 anak-anak di Tangerang. Acara diisi dengan *performance* para siswasiswi dan dilanjutkan dengan lomba mewarnai “Rhino”. Acara ditutup dengan makan bersama dan pembagian *goodie bag*.

Adapun peran penulis dalam aktivitas ini adalah membantu berbagai persiapan *event* dari beberapa hari sebelumnya dan pada saat acara berlangsung. Penulis mengundang sekolah-sekolah di Tangerang untuk mengikuti dan melakukan *performance* di Novotel Tangerang. Mengirim undangan melalui *email* dan *menfollow up* melalui telepon melalui kepala sekolah masing-masing sekolah. Pada saat acara berlangsung, penulis aktif menjadi partisipan di bundaran HI dengan membagi-bagikan balon, melakukan dokumentasi, dan memantau keberlangsungan acara agar berjalan sesuai rencana. Pada saat acara di Novotel Tangerangpun, penulis aktif melakukan *crosscheck* agar berjalan lancar, seperti makanan, panggung, *sound system* dan mengawasi anak-anak.

3.3.2.2 Photoclinic Competition

Event ini berlangsung pada tanggal 12 Oktober 2014, acara ini terdiri dari dua sesi yaitu *workshop* dan dilanjutkan dengan lomba foto yang dihadiri oleh Dewandra Jelantik. Acara ini dilakukan untuk menambah *awareness* masyarakat terhadap Novotel Tangerang. Foto-foto yang diikuti sertakan dalam lomba juga akan dipajang pada saat Grand Opening.

Public relations executive dibantu dengan *design grafis* hotel untuk mengundang Dewandra Jelantik dari Bali, mengurus semua akomodasi dan keperluan Dewandra. Penulis juga mendapat tugas untuk mempublikasi acara Photoclinic ini untuk mengajak masyarakat mengikuti Photoclinic ini. Mempublikasi melalui brosur dan *social media*. Pada saat acar aberlangsungpun, penulis bersama *design grafis* hotel mendokumentasikan acara dan memantau acara agar berjalan lancar.

3.3.2.3 Press Conference Grand Opening Novotel Tangerang

Konferensi pers merupakan sebuah pertemuan para jurnalistik yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan topik – topik yang sedang hangat dibicarakan (Jefkins, 2003, h. 119). Konferensi pers diadakan dengan tujuan untuk melakukan klarifikasi atau upaya untuk mengumumkan suatu hal mengenai perusahaan. Tidak jarang konferensi pers diadakan secara mendadak, dengan tempat seadanya.

Novotel Tangerang mengadakan *press conference* sebagai upaya untuk meresmikan pembukaan Novotel Tangerang, hal ini tentu saja Novotel ingin mendapatkan liputan mengenai Novotel Tangerang

di berbagai media. *Press conference* diadakan pada tanggal 15 Oktober 2014 dengan mengundang Ibu Mari Elka Pangestu sebagai menteri pariwisata untuk menandatangani batu pengesahan Novotel Tangerang. *Press conference* ini juga dihadiri oleh kurang lebih 50 media online dan cetak. *Owner*, GM dan *Vice president* Accor juga datang sebagai pembicara dan tamu VVIP.

Penulis mendapat tugas untuk *crosscheck* sebelum acara berlangsung, seperti menyiapkan *goodie bag* untuk media, memantau *backdrop* dan *seat setting press conference* diadakan. Pada saat acara berlangsung, penulis memantau selama acara dan setelah usai acara, penulis dan *public relations* Novotel Tangerang beramah tamah dengan media-media.

3.3.2.4 Evening Party Grand Opening Novotel Tangerang

Evening party grand opening Novotel Tangerang dilaksanakan pada malam hari setelah *press conference* diadakan. Acara berlangsung mulai 18.00 – 22.00. Berbagai acara-acara disuguhkan seperti rampak bedug, capoeira, *live band* dan *dance*. Mengundang tamu-tamu dari *loyal customer* Novotel Tangerang, *sister hotel* dan pimpinan Accor.

Penulis mendapat tugas untuk membuat list tamu VVIP dan *followup* tamu-tamu undangan yang dapat hadir atau tidak pada acara dan menyiapkan *goodie bag* untuk VVIP dan tamu undangan. Penulis juga mengadakan *technical meeting* untuk para pengisi acara dan mengatur urutan untuk mereka tampil. Melakukan *crosscheck* berbagai keperluan pada acara saat sebelum berlangsung maupun sedang berlangsung. Karena Novotel Tangerang tidak menggunakan *Event Organizer*, maka selama acara berlangsung *public relations* Novotel Tangerang dan penulis memantau acara dengan berada

disebelah panggung untuk mematiskan acara berjalan lancar dan sesuai rencana.

3.3.2.5 Blood Donation

Acara donor darah yang sebagai salah satu program CSR Novotel Tangerang diadakan rutin 3 bulan sekali untuk internal dan external. Acara dilakukan di ballroom Novotel Tangerang dengan berkerjasama dengan PMI. Acara dihadiri oleh kurang lebih 40 partisipan pendonor selama 4 jam berlangsung.

Penulis mendapat tugas untuk mendokumentasikan pada saat acara berlangsung dan mempublikasikan di *social media* untuk mengajak masyarakat mengikuti acara donor darah. Penulis juga melakukan sosialisasi terhadap karyawan-karyawan di Novotel Tangerang manfaat dari donor darah dan mengajak partisipasi pada acara tersebut.

3.3.3 Media Relations

3.3.3.1 Press Release

Press release adalah sebagai publisitas yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita (Soemirat dan Ardianto, 2007, h. 128).

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*. Lalu *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* natal dan donor darah yang berlangsung di Novotel Tangerang. Hal ini dilakukan sebagai upaya memberitakan atau mengumumkan sesuatu tentang kegiatan yang diselenggarakan Novotel. Tentu saja Novotel Tangerang mengharapkan *coverage* berita yang positif.

3.3.3.2 Media Monitoring

Penulis juga diberikan tugas harian yaitu *memonitoring* terhadap pemberitaan-pemberitaan mengenai Novotel Tangerang, *Sister Hotel (Accor Group)*, *competitor* dan acara-acara pemerintah. Media monitoring dapat dilihat dari suatu sumber media yang berkala. Media tersebut berupa tabloid, koran, majalah serta online. *Media monitoring* berfungsi agar pemberitaan-pemberitaan dapat tersusun dengan rapih terutama *coverage* mengenai Novotel Tangerang.

Media monitoring merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau 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 10 koran, 5 majalah dan 2 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 menscreenshot dan mencetak. Setelah itu penulis memasukkannya 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 dan penilaian hotel saat akan di inpeksi.



3.4 Kendala dan Solusi

3.4.1 Kendala

1. Seringnya terjadi *miss communication* antara DOSM dan *Public Relations* mengenai info-info *event* dan promo yang akan dilaksanakan.
2. Antara divisi di Hotel kuarng berkerjasama dengan baik.

3.4.2 Solusi

1. DOSM sebagai kepala divisi *sales & marketing* bertanggung jawab untuk selalu aktif mengkomunikasikan sehingga mengurangi *miss communication* yang terjadi dan 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.

UMMN