



### **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 dua bulan melaksanakan praktik magang di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, penulis ditempatkan pada Divisi *Sales & Marketing* sebagai *Public Relations Trainee*. Divisi *Sales & Marketing* ini dipimpin oleh Nora Eliza selaku *Director of Sales & Marketing* (DOSM), akan tetapi dalam praktik magang, penulis dan Tim *Public Relations* mendapatkan mandat langsung dari *General Manager*, Susiadi Soepardi. Dalam melakukan tugas dan tanggung jawab kerja magang, penulis dibantu oleh pembimbing kerja magang yang ditunjuk oleh *General Manager* langsung, yaitu Budi Fernandes yang menjabat sebagai *Assistant IT Manager*.

Setiap pagi penulis akan melakukan *briefing* singkat bersama *General Manager* dan *Public Relations Executive*, Mida Chen dan Sartika Denissa (Mishel) mengenai tugas yang akan dilakukan tiap harinya dan membahas perencanaan program yang akan dilakukan. Meskipun untuk koordinasi tugas langsung dilakukan oleh *General Manager* dengan bantuan *Assistant IT Manager*, setiap tugas dan kegiatan yang dilakukan oleh penulis tetap harus diketahui oleh *Director Sales & Marketing* (DOSM) dalam bentuk laporan.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis diberikan kesempatan untuk membantu mengerjakan dan menjalankan beberapa aktivitas *public relations* di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam selama dua bulan. Tugas yang diberikan kepada penulis meliputi beberapa aktivitas *Marketing Communication*, yaitu *Public Relations*, *Direct Marketing*, dan *Sales Promotion*.

Secara rinci, aktivitas tugas yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang dapat dilihat pada tabel pekerjaan dibawah ini

**Tabel 3.1 Aktivitas Magang**

Deskripsi Pekerjaan	Maret		April					Mei				
	I	II	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V
<i>Event Management</i>												
<i>Media Relations</i>												
<b>Lain-Lain :</b>												
<i>Guest Relations</i>												
<i>Employe Relations</i>												
<i>Direct Marketing</i>												
<i>Online Public Relations</i>												
<i>Sales Promotion</i>												

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama proses praktik kerja magang berlangsung, terdapat beberapa jenis aktivitas yang dilakukan oleh penulis. Cakupan aktivitas tersebut antara lain :

#### 1. *Public Relations*

Salah satu cakupan bauran promosi massa adalah *public relations*. Menurut Koetler (2008, h. 168) *Public relations* atau hubungan masyarakat bertugas membangun hubungan baik dengan berbagai masyarakat perusahaan dengan memperoleh publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor, cerita, dan kejadian yang tidak menyenangkan. Adapun beberapa aktivitas *public relations* yang dilakukan penulis di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam adalah lewat kegiatan *brand activation* dengan pengadaan *event*, kegiatan *media relations*, *employee relations*, dan *guest relations*. Berikut uraian kegiatan yang penulis lakukan selama melakukan praktik kerja magang ;

##### a. *Event Management*

*Event* atau *brand activation* adalah sebuah kegiatan *marketing*. Dalam aktivitas ini terdapat upaya di dalamnya untuk mempromosikan sebuah *brand* dengan sebuah acara yang secara sengaja dikembangkan untuk menciptakan pengalaman bagi konsumen untuk mempersepsikan *brand* tersebut. Perusahaan seringkali memanfaatkan *event* sebagai sarana mengkomunikasikan pesan perusahaan (O'toole, 2007, h. 8).

Sejak Maret-Mei 2015, Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam tercatat telah mengadakan beberapa *event*, yaitu *Earth Hour 2015*, *Easter Day*, Nagoya Mansion *Photography Contest*, *Kartini Day*, *Mother Day*, dan Nonton Bareng Piala UEFA. Selama praktik kerja magang di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, penulis berkesempatan untuk

turut serta dalam perencanaan beberapa *event* tersebut. Penulis juga diberikan kesempatan untuk mengikuti acara dari awal hingga akhir, kecuali untuk *event Easter Day*.

Acara *Earth Hour* 2015 adalah acara skala global yang dicetuskan oleh WWF (*World Wildlife Fund*) untuk mematikan lampu dan peralatan listrik selama 60 menit. Nagoya Mansion Hotel & Residence juga turut menjadi bagian dari kampanye global dengan tema *USE #YourPower to Change Climate Change*. Acara *Earth Hour* yang diadakan pada Sabtu, 28 Maret 2015, dijadikan alat untuk menjual produk *Food & Beverage* Hotel yaitu *BBQ Buffet & Dinner* yang dibarengi dengan kegiatan *charity* kepada pihak WWF Indonesia.

Untuk acara *Earth Hour* 2015 di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, penulis membantu dalam proses perencanaan dengan membuat konsep acara bersama tim *public relations*, membuat proposal untuk disetujui *General Manager* terlebih dahulu, konsep dekorasi dan penyusunan *press release* untuk media lokal. Penulis bersama tim *public relations* juga mengadakan *briefing* terlebih dahulu bersama *Head of Department* (HOD) setelah proposal disetujui oleh *General Manager*, agar tiap HOD dapat mensosialisasikan kegiatan ini kepada tiap karyawan dan *staff*-nya.

Pada hari H, penulis juga berkoordinasi dengan pihak *HRD*, *Front Office*, *Food & Beverage*, *Engineering*, dan *Housekeeping* untuk masalah dekorasi serta kegiatan pemadaman lampu dan pemasangan lilin di tiap-tiap wilayah selama 60 Menit pada pukul 20.00 -21.00 WIB. Selain itu, penulis juga menjadi *greeter* dalam acara tersebut. Penulis juga harus memastikan acara berlangsung sesuai dengan *rundown* yang telah dibuat dalam proposal.

Dalam acara *Easter Day* pada 5 April 2015, penulis membantu tim PR untuk kegiatan konsepsi acara beserta pembuatan proposal acara kepada *General Manager*. Kegiatan *Easter Day* dikemas dalam bentuk aktivitas bagi anak-anak kecil yang merupakan tamu hotel atau *tenant* di apartemen. Acara *Easter Day* diperuntukan bagi anak-anak untuk menghias telur serta menonton kartun bersama. Selain membantu untuk pembuatan proposal, penulis juga bekerja sama dengan *graphic designer* untuk *wording* pesan dalam undangan.

Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam memperingati Hari Kartini dengan membuat *video* dokumenter pendek menanyakan pendapat para *staff* dan tamu wanita mengenai emansipasi wanita yang dibuat seminggu sebelumnya. Video pendek tersebut kemudian diputar di *channel* nomor 1 di seluruh kamar hotel.

Acara Hari Kartini yang jatuh pada 21 April 2015 dimeriahkan dengan kekompakan seluruh karyawan wanita Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, khususnya *staff* wanita di divisi *Front Office*, *Food & Beverage Service* dan *Back Office* untuk mengenakan baju kebaya sebagai simbol memperingati Hari Kartini. Dalam *event* Hari Kartini, penulis membantu tim *public relations* dalam membuat proposal acara, pembuatan *video* dokumenter pendek, penulisan *press release* dan sosialisasi kegiatan kepada pihak HOD. Penulis juga membantu *wording* untuk keperluan *design* poster yang dikerjakan oleh *graphic designer*.

Acara *Mother Day* yang dilakukan di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam ditujukan kepada para *staff* dan tamu wanita yang juga merupakan sosok seorang ibu. Konsep acara *Mother Day* adalah pemberian kartu ucapan selamat hari ibu disertai pemberian *Voucher F&B* beserta *cupcakes* gratis kepada para ibu saat sarapan pagi di wilayah Restoran La Bamba dan wilayah lobi hotel. Di saluran televisi hotel

dipasang pula kumpulan video *courtesy* Youtube mengenai penghargaan kepada sosok ibu dan di wilayah lobi dan lorong hotel dipasang juga lagu-lagu bertema kasih ibu dalam berbagai bahasa. *Event* ini dilaksanakan sehabis penuh.

Penulis membantu tim *public relations* perencanaan acara *Mother Day* yang jatuh pada 10 Mei 2015 dalam membuat proposal acara, mengumpulkan video, daftar lagu, serta *wording* untuk kartu ucapan beserta konsep *design voucher Food & Beverage (F&B)* dengan *graphic designer*. Pada Hari Ibu tersebut, penulis juga turut membagikan *cupcakes* untuk para ibu dan anak mereka di La Bamba Restoran dan lobi hotel.

Terakhir, penulis juga berkesempatan untuk membantu tim *public relations* dalam konsepsi acara Nonton Bareng Piala UEFA. Nonton Bareng ini dilaksanakan di Parlente Bar pukul 01.45 WIB hingga selesai. Pada *event* ini, penulis memberikan masukan untuk mencari kerjasama *sponsorship* dengan pihak lainnya. Perlu dicatat, sebelumnya Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam belum pernah melaksanakan *event* Nonton Bareng. Saat penulis melaksanakan praktik kerja magang, kegiatan Nonton Bareng Piala UEFA baru dilaksanakan sebanyak dua kali. Saat Nonton Bareng Piala UEFA kedua kalinya pada tanggal 13 Mei 2015, penulis dan tim *public relations* mengundang beberapa calon potensial sponsor untuk mengikuti kegiatan, yaitu pihak Calsberg, Telkomsel dan beberapa *vendor* lainnya.

Setiap acara yang dilakukan, yakni *Earth Hour 2015, Easter Day, Hari Kartini, Mother Day*, dan Nonton Bareng Piala UEFA selalu didokumentasikan oleh tim acara lalu akan dipublikasikan oleh penulis lewat *social media*. Setelah acara selesai, akan dilakukan evaluasi bersama keesokan harinya oleh tim *public relations* bersama *General Manager*. Evaluasi ini berguna untuk melihat keberhasilan acara dan keperluan

untuk terus memberikan inovasi dan perbaikan yang diperlukan dikemudian hari.

#### **b. Media Relations**

*Media relations* hanyalah salah satu bagian dari *public relations*, namun bisa menjadi perangkat yang sangat penting dan efisien. Begitu kita bisa menyusun pesan yang bukan saja diterima, tetapi juga dipandang penting oleh media lokal, maka kita sudah membuat langkah besar menuju keberhasilan program kita (Iriantara, 2005, h. 28).

Dalam aktivitas *media relations*, pada minggu awal magang, penulis diminta untuk membuat *database* media lokal beserta dengan *update* penawaran pemasangan iklan terbaru. Dalam pengerjaannya, penulis dibantu oleh PR *Executive*, Sartika Denisa (Mishel).

Selain itu penulis juga ikut dalam kegiatan *treat* para wartawan jika mereka diundang untuk datang ke hotel membahas beberapa kepentingan khusus. Adapun pada kasus penulis biasanya *public relations* di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam mengundang para wartawan untuk makan siang di hotel dan membahas kemungkinan melakukan kerjasama dalam hal publikasi kegiatan di hotel dan penawaran kerjasama pemasangan slot iklan di media tersebut.

Biasanya publikasi yang diberikan sifatnya merupakan kerjasama timbal-balik. Dalam bekerjasama dengan media, pihak hotel kerap melakukan barter kamar dan paket khusus dari hotel untuk beberapa publikasi dalam kurun waktu tertentu yang telah disepakati.

### c. *Produksi Media Public Relations*

Dalam membuat konten publikasi, kegiatan untuk memproduksi media *public relations* adalah hal yang harus dilakukan. Penulis kerap diminta bantuan oleh *Public Relations Officer* dalam mengerjakan *press release* untuk acara yang diadakan di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam. *Press release* adalah bentuk tulisan yang dibuat oleh praktisi *public relations* yang berfungsi sebagai wahana informasi mengenai kegiatan *public relations* yang dikirim kepada pihak media. Informasi yang ditulis dalam *press release* biasanya berupa individu, kegiatan, pelayanan dan produk (Kriyantono, 2008, h. 46). Adapun beberapa *press release* yang dibuat penulis selama magang adalah *press release* untuk acara *Earth Hour 2015*, Hari Kartini dan Informasi promosi paket Ramadhan di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam.

Setelah konten publikasi *press release* dibuat, penulis akan mengirimkannya kepada *Public Relations Officer* untuk diperiksa dan disetujui oleh *General Manager* terlebih dahulu. Kemudian *Public Relations Officer* akan mengkonfirmasi pihak media lewat telepon untuk memberikan kabar bahwa *press release pre-event* telah dikirim lewat *email*.

Pada prakteknya segala kegiatan *PR writing* yang dilakukan konsisten dengan teori yang diajarkan dalam bangku perkuliahan, yaitu konten publikasi harus singkat (1 halaman). Adapun hal yang tidak konsisten mengenai penulisan *press release* yang ditemukan di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam adalah *press release* yang dikirimkan pada pihak pers tidak perlu menambahkan profil singkat perusahaan pada akhir konten publikasi.

## 2. Lain-lain

Selain kegiatan tersebut, penulis juga kerap melaksanakan beberapa tugas selama dua bulan magang di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, yakni:

### a. *Employee Relations*

Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam juga turut melaksanakan kegiatan *employee relations*. Menurut Broom (2009, h. 231) aktivitas *employee relations* merupakan bagian dari komunikasi internal yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan publik dalam organisasi. Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam melaksanakan kegiatan *employee relations* melalui *STAR Gathering (Staff Recognition Gathering)* tiap tiga bulan sekali dan kegiatan *Team Building*.

Acara *STAR Gathering* adalah acara pemilihan *employee of the quarter* dan dilaksanakan di *meeting room*. Acaranya berisi hiburan yang disiapkan oleh divisi tertentu yang berkewajiban menjadi panitia. Pemilihan panitia untuk *STAR Gathering* dilakukan melalui *voting* pada *STAR Gathering* sebelumnya. Semua karyawan yang tidak bertugas wajib untuk hadir pada acara dengan memakai *T-shirt CINTA*. Selain pengumuman *employee of the quarter* dengan memberikan penghargaan pada dua karyawan terbaik dan hiburan tari-tarian, panitia juga turut mengundang para karyawan yang berulang tahun pada dua bulan terakhir untuk meniup dan memotong kue bersama.

*Team Building* dilaksanakan di *meeting room* dan diikuti oleh seluruh HOD, Supervisor F&B dan seluruh *staff* Divisi *Sales & Marketing*. Acara ini bertujuan agar aktivitas komunikasi dan koordinasi tiap departemen menjadi semakin baik. Acara *Team Building* ini dipanitiai oleh *vendor*, yaitu pihak *Belalang Outbound* dan acara *team building* sendiri diisi oleh permainan-permainan yang menarik.

Penulis berkesempatan mengikuti acara *STAR Gathering* yang jatuh pada 14 April 2015 dan *Team Building* pada 20 April 2015. Pada acara-acara tersebut tim PR bertugas untuk mendokumentasikan acara dan memublikasikannya melalui *social media*.

#### **b. *Guest Relations***

Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam turut melakukan kegiatan *guest relations* untuk para tamu hotel. Selama dua bulan melaksanakan praktik kerja magang di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, penulis juga kerap turut melaksanakan aktivitas *guest relations* dengan membuat surat pemberitahuan kepada tamu hotel dan *tenant* apartemen dalam dua bahasa (Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris) mengenai sosialisasi pemadaman lampu di setiap balkon Nagoya Mansion untuk keperluan mensukseskan *event* kampanye *Earth Hour* 2015. Kemudian, surat kepada tamu dan *tenant* didistribusikan disetiap kamar dengan bantuan *Front Office*, *Housekeeping* serta pihak apartemen setelah di-*design* terlebih dahulu oleh *graphic designer* dan disetujui oleh *General Manager*.

Aktivitas *guest relations* lainnya yang dilakukan penulis saat magang adalah menjadi salah satu *partner* untuk tamu *long stay* asing dalam berlatih berbahasa Indonesia di kelas Bahasa yang diadakan tiap Jumat malam. Kelas Bahasa ini sifatnya gratis untuk para *expatriate* yang merupakan *tamu long stay* di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam.

Konsep pengajarannya juga menarik karena tidak melulu di ruang kelas. Kelas dapat diadakan di lokasi manapun di hotel, seperti La Bamba Restaurant, La Brisa Food Park, Parlente Bar, dan lokasi lainnya sesuai dengan permintaan tamu.

**c. *Direct Marketing***

*Direct marketing* atau pemasaran langsung adalah hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. *Direct marketing* ini adalah sebuah alat untuk melakukan promosi dan masuk dalam bauran promosi (*promotion mix*). *Direct marketing* dapat dilakukan lewat telepon, surat, *email*, internet dan media lain yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan konsumen secara langsung (Koetler, 2008, h. 117).

Penulis kerap membantu tim *sales* untuk membuat kontak *database* perusahaan, *travel agency* serta kontak instansi pemerintahan untuk kebutuhan tim *sales* menghubungi beberapa klien dan potensial klien dalam menjual produk di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam.

Pada minggu pertama magang, penulis membantu kegiatan *direct marketing* dengan menelpon sekitar 10 perusahaan tiap harinya menawarkan paket *meeting room* di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam. Jika terdapat calon potensial klien, penulis akan meminta kontak personal klien seperti nomor telpon (*mobile*) dan *email* lalu berkoordinasi dengan *Sales Executive* sebelum mengirimkan email mengenai informasi paket.

Penulis juga membantu dalam kegiatan '*morning duty*' pada bulan pertama magang. Kegiatan *morning duty* ini dilakukan pada jam 08.00

WIB, di saat para tamu sudah selesai melahap sarapan mereka. Biasanya penulis akan berkoordinasi dengan pihak *greeter* terlebih dahulu untuk memeriksa nama para tamu yang menjadi target dan lokasi meja mereka, asal negara, prosedur pemesanan kamar yang dilakukan pada saat menginap (*booking via OTA, travel agent* atau langsung).

Tamu yang prosedur pemesanan kamarnya dilakukan secara langsung di meja *check in* atau langsung menuju *website* hotel biasanya dikenakan harga *publish rate*, sedangkan untuk pemesanan yang dilakukan lewat OTA dan *travel agent* biasanya memiliki *range* harga yang sedikit lebih rendah. Tugas penulis adalah melakukan pendekatan awal dengan mereka kemudian menyarankan mereka untuk menghubungi langsung pihak *sales* hotel jika hendak menginap lagi di kemudian hari untuk mendapatkan paket harga yang lebih rendah daripada *publish rate, travel agent rate* ataupun *OTA rate*.

Pendekatan dilakukan dengan menyapa tamu sehabis sarapan, lalu saling menukarkan informasi *contact person*. Karena penulis adalah karyawan magang, kontak yang harus penulis bagikan adalah kartu nama Director of Sales & Marketing Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, Nora Eliza.

#### **d. *Online Public Relations***

Kegiatan *online public relations* yang dilakukan oleh penulis saat bergabung bersama *Public Relations* Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam adalah dengan menggunakan *online channel*, yaitu media Facebook, Twitter, Google+, dan Instagram. Tugas penulis dalam kegiatan ini adalah sebagai admin beberapa sosial media.

Untuk tiap harinya, ada beberapa konten yang wajib untuk disebarkan secara *online*, seperti promo Nusantara *Buffet Lunch* dari jam

11.00 – 12.00 WIB , Parlente *snacks* pada pukul 14.00- 00.00 WIB, promo diskon untuk kue setelah pukul 19.00 WIB , promosi prata dan martabak pada pukul 15.00-18.00 WIB. *Blasting BBQ Buffet & Dinner* juga selalu dilakukan setiap Sabtu lewat semua media sosial yang dimiliki oleh Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam.

Untuk *blasting Nusantara Buffet Lunch*, penulis perlu berkoordinasi dengan *Supervisor Food & Beverage* terlebih dahulu mengenai menu. Jika tidak ada informasi perubahan yang dilakukan oleh *Executive Chef*, maka penulis akan mem-*posting*-kan informasi tersebut. Selain itu, kegiatan *online public relations* juga dilakukan oleh penulis ketika mem-*blasting* dan *share event* yang dilakukan di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam. Penulis juga bertanggung jawab dengan membalas *feedback* yang ditujukan dalam bentuk pertanyaan dan komentar dari konsumen di media sosial.

Dalam aktivitas *online public relations*, penulis juga membuat laporan *social media measurement* untuk bulan April dan Mei 2015. Laporan berisi mengenai jumlah jangkauan (*reach*) tiap post dalam tiap harinya dan peringkat sosial media yang dimiliki oleh akun-akun Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam. Selain itu setiap seminggu sekali, penulis membuat *guest review* untuk usaha menaikan peringkat hotel di Trip Advisor dengan akun khusus.

#### **e. Sales Promotion**

*Sales promotion* atau promosi penjualan sebagai insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa (Koetler, 2008, h. 117). Dalam kegiatan praktik magang, penulis juga kerap membantu *sales* pada tiap akhir pekan dalam mempromosikan *BBQ Buffet & Dinner*.

Setiap Sabtu pada pukul 14.00 WIB biasanya akan banyak tamu dari *Singapore* dan *Malaysia* yang akan melakukan proses *check in*. Pada waktu itu, penulis dibantu *sales* akan berkoordinasi dengan pihak *Food & Beverage* untuk mempersiapkan *booth* untuk berjualan paket *BBQ Buffet & Dinner* beserta *flyer* yang dibutuhkan. Setelah mendapatkan *form* dari pihak F&B, dalam melaksanakan aktivitas ini, penulis akan mencatat nama tamu yang melakukan reservasi, jumlah reservasi makan malam, nomor kamar, *contact person* dan cara pembayaran yang diinginkan.

Tugas penulis adalah membantu tim *sales* membagikan *flyer* *BBQ Buffet & Dinner* kepada para tamu *check in* yang mengantri di depan *front desk*. *BBQ Buffet & Dinner* dipatok dengan Rp. 180.000,00/ Nett per orang, akan tetapi dalam kegiatan ini penulis biasanya menjual dengan harga Rp. 150.000,00/ Nett per orang.

Dalam prakteknya, promosi *BBQ Buffet & Dinner* tidak selalu dilakukan dalam bentuk potongan harga. Promosi juga dilakukan dengan pembagian *redemption voucher* sebesar Rp. 50.000,00 untuk satu kelompok keluarga yang akan melakukan reservasi. Selain itu kerap penulis dan tamu melakukan negosiasi terlebih dahulu sebelum melakukan reservasi, salah satu contohnya adalah jika terdapat anak-anak yang berumur di bawah 12 tahun dalam satu kelompok, maka anak-anak tersebut tidak perlu membayar.

- f. Menjadi salah satu produser untuk kegiatan syuting *video profile* baru Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam. Tanggung jawabnya adalah bekerja sama dengan *vendor* yang menjadi sutradara, yaitu pihak Asoka untuk mempersiapkan *talent*, konsep cerita dengan *storyboard*, dan narasi serta kelengkapan properti syuting.
- g. Membawa kue dan mengucapkan selamat ulang tahun kepada Telkomsel.

- h. Mengunjungi Belalang Outbound untuk riset lokasi outbound untuk tujuan pengadaan kerjasama paket *outbound* di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam dan rencana tim *building* secara *outdoor*.
- i. Membantu tim *public relations* membuat *checklist* keperluan riset wilayah untuk perencanaan acara *car free day* di Batam yang akan diikuti oleh *staff* Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam.

### **3.4 Kendala yang Ditemukan**

Selama dua bulan melaksanakan praktik kerja magang di Nagoya Mansion Hotel & Residence Batam, penulis mendapatkan hambatan atau kendala dalam mengerjakan tugas, yaitu sulitnya berkoordinasi dan mendapatkan *feedback* yang cepat dari *Director of Sales & Marketing* karena kesibukannya. Hal ini tentu saja berdampak pada *timeline* perencanaan acara, sehingga kerap kali persiapan acara terlalu dikejar *deadline*.

### **3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Kendala ini dapat disiasati dengan memberikan laporan atau *notice* dalam dua bentuk, yaitu *soft copy* dan *hard copy*. Untuk bentuk *soft copy* dikirimkan lewat *email* dan memberikan *cc* kepada *Assistant Director Of Sales & Marketing* (DOSM) dan *General Manager* untuk persetujuan lain. Sedangkan bentuk *hard copy* dititipkan kepada Asisten DOSM untuk diberikan kepada DOSM.