

**LAPORAN AKHIR KEGIATAN
MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA**



(Marketing Communications at The Westin Jakarta)

Penyaji Laporan :

| | | |
|-----------------------------------|-------------------|------------------------|
| Adelia Putri Kinanti | 2020210069 | Ilmu Komunikasi |
| Chendi Liana, S,IK, M.IKOM | 0327038002 | Ilmu Komunikasi |

UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Hubungan Masyarakat

Tahun 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Mitra Magang/Kegiatan : The Westin Jakarta – Marketing Communications

Dosen Pembimbing/Fasilitator

a. Nama Lengkap : Chendi Liana, S.IK, M.IKOM
b. NIDN : 0327038002
c. Program Studi/Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
d. No. HP : 0813 - 1610 - 6479

Peserta Magang

a. Nama Lengkap : Adelia Putri Kinanti
b. NIM : 20202310069
c. Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Humas
d. No. HP : 081388117609
e. Alamat surel (e-mail) : Adellaputrikinanti02@gmail.com

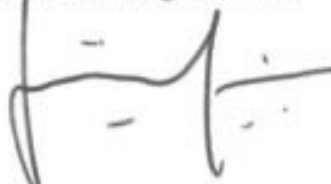
Jakarta , 14 Juli 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Nama Lengkap NIP/NP.
Huan Muly, S.IK, M.Si

Dosen Pembimbing/Fasilitator



Nama Lengkap NIDN.
Chendi Liana, S.IK, M.IKOM

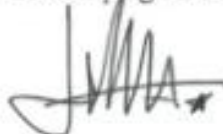
Peserta ,



Adelia Putri Kinanti
2020210069

Menyetujui,

Pimpinan/ Spv. Pendamping Mitra perusahaan/instansi ,



Nama Lengkap NIP/NP.
Judith D.A

Ringkasan Kegiatan Magang

Universitas Sahid Jakarta memiliki kegiatan yang ditujukan kepada semua mahasiswa/I untuk mengikuti program magang atau praktek kerja. Program magang sejalan dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Program magang yang dijalankan memiliki beragam kegiatan untuk melatih mahasiswa/I dalam dunia industri. Kegiatan ini harus dilaksanakan dengan bimbingan akademik dari dosen untuk menyetujui layak atau tidak sehingga diharapkan dapat memberikan pengalaman dan juga ilmu praktek yang dapat meningkatkan nilai kompeten dalam diri.

Program magang ini bertujuan untuk menambah wawasan dan relasi penulis sebagai jembatan untuk berkarir sekaligus menjadi syarat kelulusan sarjana di Universitas Sahid Jakarta. Kegiatan ini juga bermanfaat bagi mahasiswa/I untuk membandingkan teori yang didapatkan saat belajar di kampus dengan realita kerja di industry dan melatih kerja sama baik individual maupun secara tim.

Sebelum melaksanakan program magang atau praktek kerja ini mahasiswa/I memiliki persiapan yang harus diikuti sebagai salah satu syarat seleksi sesuai panduan dari Universitas Sahid Jakarta. Beberapa diantaranya adalah dengan memastikan mahasiswa/I sudah mengambil mata kuliah wajib yang dapat menjadi bekal untuk proses magang, selain itu dinilai juga dari jumlah mata kuliah yang sudah diambil sebagai bukti menjalankan pembelajaran dengan benar.

Tidak hanya dinilai dari akademik, mahasiswa/I juga diharuskan untuk mengikuti sosialisasi dan seminar yang diselenggarakan oleh Universitas. Sosialisasi yang diadakan merupakan penjelasan yang dapat membantu serta memudahkan mahasiswa/I untuk melaksanakan program ini, dimana dijabarkan dengan jelas proses-proses yang harus diikuti serta tahapan-tahapan yang perlu diketahui mahasiswa/I sebelum mengajukan diri. Seminar yang digelar oleh Universitas Sahid juga menjadi salah satu syarat utama dimana mahasiswa/I

dapat mengikuti program ini, banyak keuntungan yang bisa didapatkan dari seminar yang diikuti ini.

Penulis memilih perusahaan The Westin Jakarta sebagai tempat untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat dari kampus sesuai dengan peminatan yang sudah diambil. Tergabung dalam bagian Marketing Communications di The Westin Jakarta merupakan langkah awal penulis untuk belajar dan berkembang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh industri. Memiliki tanggung jawab dalam memasarkan produk dan promo yang dimiliki kepada public dengan memanfaatkan digital sistem sesuai dengan minat generasi saat ini.

The Westin Jakarta merupakan salah satu hotel bintang 5 yang terletak di pusat kota Jakarta. The Westin Jakarta terletak di lantai 50 - 69 Gama Tower gedung tinggi terletak di Kuningan, Jakarta yang menjadikan The Westin Jakarta sebagai gedung tertinggi di Indonesia. Selain itu, tidak hanya eksterior dan interior yang indah, The Westin Jakarta sebagai jaringan hotel milik Marriott, mengutamakan fasilitas dan layanan yang sangat baik oleh karyawan internal. The Westin Jakarta memiliki Visi dan Misi brand sebagai berikut :

- **Brand Misi**

Untuk menjadi merek kesehatan terkemuka dalam keramahtamahan, memberdayakan tamu untuk meningkatkan kesejahteraan saat para tamu sangat membutuhkan saat bepergian, memastikan para tamu mendapatkan versi terbaik dari diri mereka sendiri.

- **Brand Visi**

Apa pun hambatan perjalanan antara tamu kami dan kesejahteraan mereka, program kesehatan khas kami dirancang dengan cermat untuk memberdayakan mereka agar tetap terkendali dan nyaman dalam melakukan semua aktivitasnya. Westin Hotels & Resorts adalah tempat di mana para tamu dapat menjaga kesehatan mereka, dan bersama-sama kita dapat bangkit.

Penulis melakukan kegiatan magang atau praktek kerja ini dimulai dari tanggal 15 Februari hingga 31 Agustus 2023, waktu magang di mulai dari jam 09.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB. Dengan informasi lebih jelas, sebagai berikut:

- Waktu Magang : 15 Februari – 14 Juli 2023
Periode Magang : 4 Bulan
Keterangan : Proses magang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak kampus.
- Waktu Magang : 15 Juli – 31 Agustus 2023
Periode Magang : 2 Bulan
Keterangan : Ketentuan yang diberikan perusahaan untuk memenuhi penilaian dan pembelajaran.

Dalam kegiatan magang atau praktek kerja ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengetahui lebih dalam tentang Marketing Communications di Hotel The Westin Jakarta. Dengan pembekalan ilmu yang sudah didapat, penulis dapat dengan mudah beradaptasi dengan lingkungan dan tugas-tugas yang dikerjakan oleh divisi Marcomm. Beberapa tugas yang dijalankan oleh penulis antara lain :

- Membuat Press Release
- Membuat Marketing Reports (Weekly, Monthly, Quarter)
- Brand Storming ide-ide terbaru sesuai dengan trend saat ini
- Melakukan photo dan videoshoot sesuai dengan campaign yang sedang berlangsung
- Membuat storyboard untuk keperluan shooting
- Memasukan data-data promosi marketing ke dalam sistem
- Membuat reports keuangan bulanan marketing dan memasukan kedalam sistem
- Mengelola akun social media @thewestinjakarta, @henshinjakarta, dan @thewestinjakartaweddings
- Menghadiri event-event yang berhubungan dengan marketing (juga

event yang membutuhkan marketing untuk melakukan dokumentasi)

- Menjalin hubungan baik dengan media baik majalah, website, maupun TV untuk keperluan promosi yang dilakukan oleh hotel
- Membuat design campaign sesuai dengan kebutuhan hotel\

Hal-hal diatas adalah beberapa tugas yang dikerjakan oleh penulis saat melakukan 4 bulan magang di The Westin Jakarta sebagai bagian dari Marketing Communications Team. Selain dari tugas yang sudah dijabarkan diatas, terdapat beberapa hasil pekerjaan yang dibuat penulis yang dapat dijelaskan, sebagai berikut :

1. Video campaign promos The Westin, penulis berkesempatan menjadi salah satu Talent untuk membantu proses shooting. Hasil campaign tersebut dapat diakses melalui link https://www.instagram.com/reel/Cs0Zgw_vINJ/?igshid=YmM0MjE2YWMzOA==
2. Google business yang digunakan sebagai digital platforms untuk promosi yang dilakukan The Westin Jakarta, link tersebut dapat di akses melalui <https://posts.gle/vXUJp1>
3. Hotel Website yang selalu di update dengan promosi terbaru, link tersebut dapat di akses melalui https://www.marriott.com/en-us/hotels/jktwi-the-westin-jakarta/overview/?EM=DNM_WESTINJAKARTA.COM

Penulis mengambil peminatan humas yang berkaitan dengan bagaimana mengelola citra perusahaan agar tetap baik dimata publik. Dalam program magang atau praktek kerja ini penulis menempati posisi marketing communications yang masih memiliki kesinambungan, dimana didalamnya bekerja untuk membangun citra yang baik sekaligus melakukan branding atau promosi sesuai dengan brand standart perusahaan untuk diperkenalkan kepada khalayak publik. Marketing communications disini juga berperan sekaligus menjadi seorang Public Relation yang bertugas menjadi garda terdepan jika

terjadi hal-hal yang tidak diduga.

Setelah melakukan kegiatan magang selama 4 bulan, kegiatan dan pembelajaran yang didapat memberikan pandangan baru kepada penulis tentang bagaimana seorang professional bekerja. Seorang PR professional melakukan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan kode etik. Peranan yang dimiliki disini juga sangat penting mengingat citra perusahaan berada di tangan seorang PR.

LAPORAN LUARAN MAGANG

Nama Peserta Magang : Adelia Putri Kinanti

Kemitraan Magang/kegiatan : The Westin Jakarta

Lokasi Study/Wilayah : Jl. H. R. Rasuna Said No.Kav.C-22A, RT.2/RW.5, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940.

Luaran Wajib* : Prototipe Produk Aplikasi/Sistem Model/Kebijakan
Capaian Luaran Wajib** : Produk yang dihasilkan adalah beberapa design internal.

Luaran Tambahan* : Prototipe Produk Aplikasi/Sistem Model/Kebijakan
Capaian Luaran Tambahan** : Produk yang dihasilkan adalah digital system campaigns.

*Keterangan: *Centang luaran wajib dan tambahan yang telah direncanakan*

***Deskripsikan pencapaian luaran dan lampirkan buktinya yang telah diverifikasi svpendamping mitra/instansi (harian / mingguan / bulanan)*

Kata Pengantar

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun laporan Magang Industri ini dengan baik dan lancar tanpa adanya hambatan. Laporan Magang Industri ini disusun dengan pengalaman penulis dalam melaksanakan magang atau praktek kerja lapangan selama enam bulan terhitung dari bulan Februari sampai agustus di The Westin Jakarta sebagai bagian dari team *Marketing Communications*.

Program Magang atau praktek kerja ini disusun sebagai salah satu syarat tugas akhir perkuliahan dan sebagai penanggung jawaban terhadap Universitas Sahid Jakarta, Fakultas Ilmu Komunikasi, dan instansi yang telah memberikan tempat untuk belajar lebih dalam. Magang atau praktek kerja yang telah dilakukan oleh penulis ini sangat memberikan ilmu yang bermanfaat, baik dalam pengalaman yang di peroleh dari tempat magang maupun akademik yang penulis tidak dapat saat masa perkuliahan.

Dalam penyusunan laporan Kegiatan Magang ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan semangat penuh selama penulis melakukan Kegiatan Magang atau praktek kerja.
2. Bapak Dr. Mirza Ronda M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dr. Hayu Lusianawati, S.TP, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Husen Mony, S.Ik, M. Si selaku Wakil Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Chendi Liana, S,IK, M.IKOM selaku dosen pendamping sekaligus penguji pada sidang Kegiatan Magang Instansi.

6. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. General Manager The Westin Jakarta, Bapak Samit Ganguly.
8. HRD Team The Westin Jakarta.
9. Marketing Communications Team The Westin Jakarta.
10. Para Pegawai The Westin Jakarta yang telah membantu penulis selama Kegiatan Magang berlangsung.
11. Terima kasih kepada teman-teman terdekat serta rekan-rekan magang penulis, yang telah memberikan semangat doa dan dukungan kepada penulis selama Kegiatan Magang.

Penulis menyadari akan laporan Kegiatan Magang Instansi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga bentuk kritikan dan saran yang bermanfaat serta membangun dibutuhkan demi kesempurnaan laporan ini.

Demikian apa yang dapat saya sampaikan. Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 14 Juli 2023

Adelia Putri Kinanti

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| Lembar Pengesahan | 2 |
| Ringkasan Kegiatan Magang | 3 |
| Laporan Luaran Kegiatan Magang..... | 8 |
| Kata Pengantar | 9 |
| BAB I Pendahuluan | 12 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 12 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 13 |
| 1.3 Tujuan Magang..... | 13 |
| 1.4 Manfaat Magang..... | 14 |
| BAB II Metode Pelaksanaan | 16 |
| 2.1 Persiapan Magang | 16 |
| 2.2 Pelaksanaan Magang | 17 |
| 2.3 Waktu Pelaksanaan Magang | 22 |
| 2.4 Deskripsi Tugas | 23 |
| 2.5 Evaluasi Magang | 24 |
| BAB III Hasil Kegiatan Magang..... | 27 |
| 3.1 Hasil Kegiatan Magang | 27 |
| 3.2 Analisa Keterkaitan Magang dengan Program Studi | 36 |
| 3.2.1 Analisa Peran <i>Public Relations</i> di Industri..... | 36 |
| 3.2.2 Analisa Keterkaitan <i>Public Relations</i> dan <i>Marketing</i> <i>Communications</i> di Industri Perhotel | 38 |
| 3.2.3 Analisa Keterkaitan Magang dengan Keilmuan PR..... | 39 |
| 3.3 Keberlanjutan Magang | 40 |
| BAB IV Penutup..... | 41 |
| Kesimpulan | 41 |
| Kritik dan Saran | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA | 44 |
| LAMPIRAN..... | 45 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Universitas Sahid Jakarta memiliki program yang ditujukan kepada semua mahasiswa/I untuk mengikuti program magang. Program magang sejalan dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Program magang yang dijalankan memiliki beragam kegiatan untuk melatih mahasiswa/I dalam dunia industri. Kegiatan ini harus dilaksanakan dengan bimbingan akademik dari dosen untuk menyetujui layak atau tidak sehingga diharapkan dapat memberikan pengalaman dan juga ilmu praktek yang dapat meningkatkan nilai kompeten dalam diri.

Magang atau praktek kerja ini merupakan salah satu dari bagian yang seharusnya dilaksanakan karena merupakan bagian dari kurikulum pembelajaran. Guna mengetahui dampak yang dihasilkan dari program belajar mengajar di kelas, mahasiswa/I dilepas untuk memberikan performa di industry sesuai dengan yang sudah diajarkan. Selain merupakan salah satu bagian kurikulum, magang memiliki banyak manfaat yang bisa menjadi jembatan para mahasiswa/I sebelum terjun ke dunia industri.

Dengan beberapa syarat yang harus dimiliki, mahasiswa/I dituntut untuk mengikuti agar bisa tergabung kedalam program magang ini. Beberapa diantaranya adalah jumlah mata kuliah yang disesuaikan dengan ketentuan dari akademik kampus, tingkat semester yang sudah dijalani dapat menentukan kemampuan dan bekal apa saja yang sudah diberikan. Dengan meningkatkan mutu Pendidikan sebelum tergabung dalam sebuah industry dapat memberikan dampak yang baik untuk tenaga kerja Indonesia dan meningkatkan nilai Sumber Daya Manusia.

Melalui program ini diharapkan mahasiswa/I dapat mengikuti dengan baik dan semestinya serta adanya kemampuan lebih yang timbul. Kerjasama yang

dijalin oleh pihak kampus dan perusahaan juga diharapkan dapat terjalin dengan baik sehingga dapat menciptakan ruang untuk generasi selanjutnya mengembangan pembelajaran melalui program magang ini. Dengan kebebasan dalam memilih perusahaan yang diminati sesuai dengan program studi yang diemban diharapkan mahasiswa/I dapat sungguh-sungguh dalam menjalani program ini.

Penulis memilih perusahaan The Westin Jakarta sebagai tempat untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat dari kampus sesuai dengan peminatan yang sudah diambil. Tergabung dalam bagian *Marketing Communications* di The Westin Jakarta merupakan langkah awal penulis untuk belajar dan berkembang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh industri. Memiliki tanggung jawab dalam memasarkan produk dan promo yang dimiliki kepada public dengan memanfaatkan digital sistem sesuai dengan minat generasi saat ini.

Tugas dan peranan yang dimiliki divisi *marketing communications* di hotel ini mencakup peranan *public relations*, dimana divisi ini berperan untuk menjaga nama citra baik hotel di mata publik dengan melakukan kegiatan-kegiatan CSR, membuat *campaigns* untuk memajukan perusahaan. Dalam divisi ini juga menjalin hubungan baik dengan internal maupun *external*, seperti investor, media, pemerintahan, dan lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam melaksanakan kegiatan magang ini penulis memahami permasalahan yang dapat dianalisa, yaitu bagaimana implementasi profesi *public relations* dengan aktivitas yang di lakukan *marketing communications* di hotel The Westin Jakarta?

Hal tersebut berkaitan dengan proses pembelajaran yang sudah dilakukan sebelum magang dan direalisasikan pada program ini dengan industri yang mewadahi. Bimbingan yang sudah diberikan sebelum menjalani program ini memudahkan penulis dalam menjalankan tugasnya, bekal ilmu yang cukup akan sangat membantu dalam proses ini.

1.3 Tujuan Magang

Program magang atau praktek kerja selain menjadi bagian yang ditetapkan oleh pihak kampus memiliki tujuan untuk dapat mengembangkan potensi mahasiswa/I dalam mengekspresikan kreatifitas yang dimiliki. Adapun tujuan yang diharapkan penulis dalam kegiatan Magang Industri ini, sebagai berikut:

1.1.1 Tujuan Umum

- a. Merupakan salah satu syarat kelulusan S1 di Universitas Sahid
- b. Penulis dapat memahami bagaimana cara kerja professional
- c. Menambah wawasan dan relasi sebagai jembatan untuk berkarir
- d. Belajar untuk melatih rasa tanggung jawab diri
- e. Melatih Kerjasama dan cara berkomunikasi tim

1.1.2 Tujuan Khusus

- a. Dapat memahami bagaimana seorang PR professional bekerja
- b. Meningkatkan kreativitas dan soft skill yang mungkin belum disadari
- c. Menambah value dan pengalaman sebagai bekal berkarir
- d. Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam bersikap dan berpikir

1.4 Manfaat Magang

Berdasarkan pengalaman selama 4 bulan melakukan program Magang atau praktek lapangan, penulis dapat menilai manfaat yang dihasilkan dalam program ini, diantaranya adalah :

1. Dapat membandingkan teori dengan realita industry. Bekal pengetahuan yang diberikan saat dikampus baik itu dari dosen maupun melalui buku dapat kita bandingkan dengan bagaimana seorang PR professional bekerja. Terdapat beberapa modifikasi dari apa yang sudah pelajari, namun buku dan peraturan tetap menjadi pedoman yang dipegang oleh PR professional.
2. Melatih rasa tanggung jawab dan cara bekerja seorang professional baik individu maupun tim. Tidak hanya mengaplikasikan teori yang sudah

dipelajari dalam industry, program ini juga dapat melatih soft skill yang sangat penting dalam dunia kerja. Pengetahuan saja tidak cukup jika tidak disesuaikan dengan sikap dan rasa tanggung jawab.

3. Penulis menyadari manfaat dari kegiatan magang ini adalah meningkatnya kemampuan kreativitas, menambah relasi dengan banyaknya *stakeholders*, dan juga menambah ilmu pemahaman tentang industri khususnya di bidang perhotelan.

BAB II

METODE PELAKSANAAN

3.1 Persiapan Magang

Sebelum melaksanakan program magang atau praktek kerja ini mahasiswa/I memiliki persiapan yang harus diikuti sebagai salah satu syarat seleksi sesuai panduan dari Universitas Sahid Jakarta. Beberapa diantaranya adalah dengan memastikan mahasiswa/I sudah mengambil mata kuliah wajib yang dapat menjadi bekal untuk proses magang, selain itu dinilai juga dari jumlah mata kuliah yang sudah diambil sebagai bukti menjalankan pembelajaran dengan benar.

Tidak hanya dinilai dari akademik, mahasiswa/I juga diharuskan untuk mengikuti sosialisasi dan seminar yang diselenggarakan oleh Universitas. Sosialisasi yang diadakan merupakan penjelasan yang dapat membantu serta memudahkan mahasiswa/I untuk melaksanakan program ini, dimana dijabarkan dengan jelas proses-proses yang harus diikuti serta tahapan-tahapan yang perlu diketahui mahasiswa/I sebelum mengajukan diri. Seminar yang digelar oleh Universitas Sahid juga menjadi salah satu syarat utama dimana mahasiswa/I dapat mengikuti program ini, banyak keuntungan yang bisa didapatkan dari seminar yang diikuti ini.

Ilmu yang didapat tidak hanya berguna untuk proses magang namun juga dapat menjadi bekal dalam berkarir untuk para penerus bangsa. Tidak hanya itu sertifikat yang didapatkan juga berfungsi untuk kepentingan yang dapat digunakan di industri kelak serta menjadi dokumen pendukung yang dibutuhkan untuk menjalani program magang ini. Kegiatan yang bermanfaat seperti ini dapat membuka pandangan dan pola pikir mahasiswa/I yang masih kurang paham dengan pola atau cara professional dalam dunia industri. Hal-hal seperti ini yang dapat membantu generasi bangsa menjadi lebih maju dan sadar akan

pentingnya pendidikan untuk jenjang karir yang lebih baik.

3.2 Pelaksanaan Magang

Tempat Magang

Perusahaan : The Westin Jakarta

Lokasi : Jl. H. R. Rasuna Said No.Kav.C-22A, RT.2/RW.5, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940.

Telepon : (021) 27887788

Website : westinjakarta.com

Social Media : The Westin Jakarta

The Westin Jakarta

THE WESTIN

JAKARTA

Westin Hotel & Resort adalah jaringan hotel bintang 5 yang dimiliki oleh Marriott Internasional. The Westin Jakarta terletak di 20 lantai teratas dari 304 meter Gama Tower yang tinggi terletak di Kuningan, Jakarta yang menjadikan The Westin Jakarta sebagai gedung tertinggi di Indonesia. Selain itu, tidak hanya eksterior yang indah, The Westin Jakarta sebagai jaringan hotel milik Marriott, mengutamakan fasilitas dan layanan yang sangat baik oleh staf. Berfokus pada kesehatan, The Westin Jakarta memprioritaskan pada aspek kesehatan dan kesejahteraan tamu dengan menyediakan lebih banyak makanan sehat pilihan, spa, pusat kebugaran dan The Westin Jakarta siap memenuhi kebutuhan para tamunya.

The Westin Hotel pertama kali didirikan pada tahun 1930 oleh Severt. W.Thurston, Frank Dupar, Peter dan Adolph Schmidt dengan

nama "Western Hotel". Setelah semua perkembangan besar dan pertumbuhan pesat dari "Western Hotel", perusahaan itu berganti nama menjadi "Western International Hotel" pada tahun 1963 untuk mencerminkan pertumbuhannya di luar Amerika. Kemudian pada tanggal 5 Januari 1981, perusahaan kembali berganti nama menjadi "Westin Hotel" dan di awal abad ke-21, Westin Hotel fokus pada global mereka ekspansi. Salah satu negara yang mereka dirikan adalah Indonesia.

Dimiliki oleh PT Wahana Nusantara, bagian dari Gama Corporation, The Westin Jakarta menempati lantai 50 hingga 69 dari Gama Tower bekas pakai. Bangunan itu dibuka sejak Agustus 2016. Sebelum menjadi hotel, bangunan ini merupakan sebuah bangunan yang belum selesai yang ditinggalkan karena Krisis Ekonomi tahun 1997. Lalu, 5 gedung tersebut direnovasi dan dipegang oleh Starwood pada tahun 1998 hingga 2015, bangunan tersebut diambil oleh Marriott International untuk membangun The Westin Jakarta.

Berfokus pada kebugaran sebagai slogan utamanya, The Westin Jakarta mengusung enam pilar untuk mengakomodasi tamu dengan layanan dan fasilitas yang luar biasa.

Enam Pilar Kesejahteraan:

a. Tidur nyenyak

Sebuah standar yang diberikan kepada para tamu untuk dapat merasakan tidur yang nyenyak dan berkualitas saat menginap di The Westin dengan menyediakan beberapa produk yang dapat membuat tidur para tamu menjadi nyenyak, yaitu dengan *Heavenly Bed*, *Sleep Well Menu*, dan *Sleep Well Lavender Balm*.

b. Makan dengan baik

Westin mengharapkan para tamu mendapatkan makanan yang baik dan tentunya bergizi bagi tubuh mereka. Hal ini diwujudkan dengan hadirnya *Westin Fresh by the Juicery*, *Crafted at The Westin*, Teh Jing, Menu Makan Sehat Anak-Anak, dan *SuperFoods Rx*.

c. Bergerak dengan baik

Westin menyediakan program seperti Westin WORKOUT, Gear Lending dan WESTIN + TRX dengan harapan tamu dapat menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh tamu.

d. Merasa baik

Tidur berkualitas, makanan sehat dan bergizi, serta olahraga, para tamu akan merasa lebih baik. Untuk memastikan itu, tamu disediakan *Heavenly Bath dan Heavenly Spa*.

e. Bekerja dengan baik

Dengan sebagian besar tamu adalah pelancong bisnis, Westin peduli untuk bisa melakukannya bekerja dengan baik di mana Westin menciptakan ruang pertemuan untuk memastikan kenyamanan tamu.

f. Bermain dengan baik

Westin juga mengakomodir tamu dengan program *Westin Weekend*, *Westin Keluarga*, untuk keluarga dengan harapan mereka bisa menghabiskan waktu berharga bersama keluarga.

Dengan pemandangan Jakarta 360 yang luar biasa, pengunjung hotel akan disuguhi dengan pemandangan kota kosmopolitan yang menginspirasi setiap saat selama mereka menginap. Selain pemandangan yang luar biasa, The Westin Jakarta juga menyediakan banyak hal fasilitas seperti *Business Center*, *Ground Floor Lobby*, *Sky Lobby*, Basement untuk parkir, Ruang Sholat, dan *Westin Kid's Play* yang digelar di *Sky Lobby*. Dengan komitmen terhadap kesehatan tamu secara keseluruhan, The Westin Jakarta memastikan kesejahteraan tamu dan sangat berharap setelah meninggalkan hotel, para tamu akan merasa lebih baik.

Brand Misi

Untuk menjadi merek kesehatan terkemuka dalam keramahtamahan, memberdayakan tamu untuk mendapatkan kembali kendali dan meningkatkan kesejahteraan mereka saat mereka sangat membutuhkannya saat bepergian, memastikan mereka dapat menjadi

versi terbaik dari diri mereka sendiri.

Brand Visi

Apa pun hambatan perjalanan antara tamu kami dan kesejahteraan mereka, program kesehatan khas kami dirancang dengan cermat untuk memberdayakan mereka agar tetap memegang kendali dan melambung di atas itu semua. Westin Hotels & Resorts adalah tempat di mana para tamu dapat menjaga kesehatan mereka, dan bersama-sama kita dapat bangkit.

Nilai Inti

1. Pribadi

Kami memahami bahwa setiap tamu adalah unik. Kami menyesuaikan perawatan dan perhatian untuk menciptakan pengalaman yang intim dan berbeda.

2. Naluri

Kami memenuhi kebutuhan tamu secara proaktif, bukan hanya reaktif. Kami menginspirasi rekanan untuk memanfaatkan intuisi mereka untuk mengantisipasi setiap keinginan tamu.

3. Pembaruan

Kami menawarkan banyak kesempatan kepada tamu untuk mempertahankan kesejahteraan mereka sambil memulihkan rasa kendali sehingga mereka pergi dengan perasaan lebih baik daripada saat mereka tiba.

Target Tamu

Target kami adalah *The Achiever*. *The Achiever* didorong untuk berhasil dalam segala hal yang mereka lakukan. Bagi mereka, kesuksesan adalah tentang pencapaian pribadi dan profesional, menemukan cara untuk menyeimbangkan pekerjaan dan bermain atau kebugaran dan kesenangan sekaligus dan merasakan yang terbaik. Target kami adalah :

A. Ambitious

Telah mencapai kesuksesan pribadi dan profesional, dan bekerja

keras untuk mempertahankannya.

B. Savvy

Bangga karena mengetahui cara bepergian yang benar dan mampu memaksimalkan waktu senggang bersama keluarga dan teman.

C. Discerning

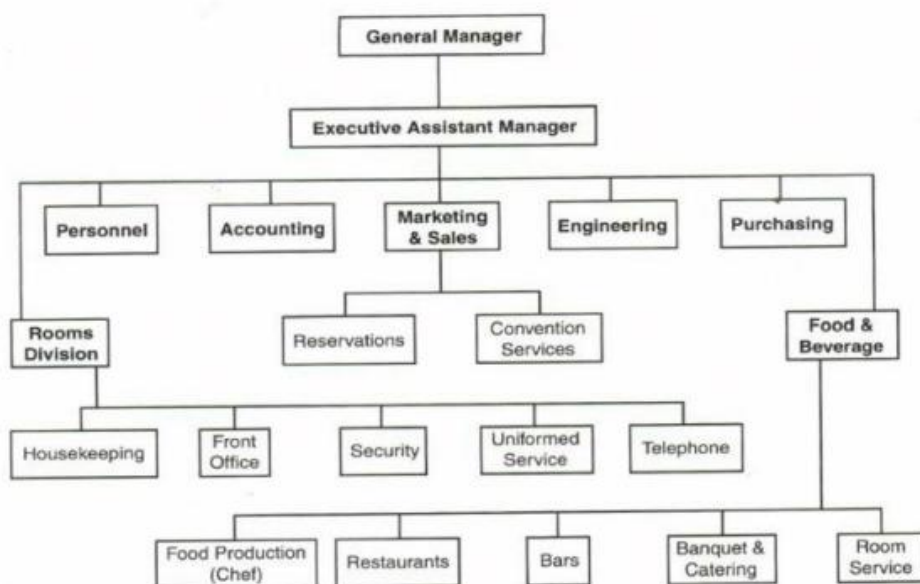
Mereka bersedia melakukan pembelian sebagai imbalan atas kesuksesan mereka, tetapi juga berinvestasi dalam hal-hal yang membantu mereka menjadi lebih sukses.

D. Nurturing

Tunjukkan keinginan untuk menjaga kebugaran tubuh.

Struktur Organisasi The Westin Jakarta

Manajemen Hotel tidak dapat berfungsi dengan baik tanpa kerjasama tim di antara para karyawan, penting untuk memahami tentang masing-masing *job description* dari masing-masing *departement*. Struktur organisasi di atas menunjukkan masing-masing *department* yang terlibat di dalam industri hotel. Masing-masing uraian pekerjaan tersebut adalah :



a. General Manager

Memegang tanggung jawab terbesar di hotel, General Manager adalah orang yang bertugas mengatur dan mengatur hotel anggaran. General Manager di The Westin Jakarta bernama Mr. Samit Ganguly.

b. Bagian Revenue

Membantu dalam pengelolaan inventaris kamar memaksimalkan pendapatan kamar, mereka menjaga keakuratan informasi dan meningkatkan upaya otomasi dalam sistem reservasi. Selain pekerjaan utama mereka untuk memaksimalkan pendapatan, *Revenue Analyst* juga membantu dalam mengelola otorisasi kamar, tarif, dan pembatasan (termasuk mengkomunikasikan batasan tarif dan strategi ke properti).

c. Sales and marketing

Dalam *department sales and marketing* didalamnya terbagi lagi menjadi 3 divisi yaitu, *sales room*, *sales cathering* atau *wedding*, dan *marketing communications*. Divisi marketing communications yang bertugas dalam membuat *campaigns* dan promosi untuk hotel yang kemudian akan dijual oleh para *sales*. Tidak hanya itu, divisi ini pun mencakup tugas dari PR hotel, yaitu menjaga citra positif hotel baik itu lingkungan internal maupun *external*.

3.3 Waktu Pelaksanaan Magang

Universitas Sahid Jakarta memberikan ketentuan kepada mahasiswa/I untuk melakukan proses magang atau praktek kerja dengan periode 4 bulan.

Waktu Magang : 15 Februari – 14 Juli 2023

Periode Magang : 4 Bulan

Keterangan : Proses magang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak kampus.

Waktu Magang : 15 Juli – 14 Agustus 2023

Periode Magang : 2 Bulan

Keterangan : Ketentuan yang diberikan perusahaan untuk memenuhi penilaian dan pembelajaran.

3.4 Deskripsi Tugas

Dalam kegiatan magang atau praktek kerja ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengetahui lebih dalam tentang Marketing Communications di Hotel The Westin Jakarta. Kesenambungan dengan peminatan yang telah dipelajari memudahkan penulis dalam melaksanakan proses magang ini. Beberapa yang dapat disebutkan dalam kegiatan yang dilakukan saat magang atau praktek kerja beserta dengan penjelasannya, ialah dalam kegiatan magang atau praktek kerja ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengetahui lebih dalam tentang *Marketing Communications* di Hotel The Westin Jakarta. Kesenambungan dengan peminatan yang telah dipelajari memudahkan penulis dalam melaksanakan proses magang ini. Beberapa yang dapat disebutkan dalam kegiatan yang dilakukan saat magang atau praktek kerja beserta dengan penjelasannya, ialah :

1. Mengelola sosial media The Westin Jakarta

Tidak hanya mengelola satu akun @thewestinjakarta penulis juga membantu untuk mengelola social media bawaan yang merupakan salah satu bagian dari The Westin yaitu @henshinjakarta dan @thewestinjakartaweddings. Hal-hal yang dikerjakan seperti membuat *engagements*, menyusun grid, membuat *captions*, dan memberikan respon yang masuk melalui Instagram.

2. Membuat laporan aktivitas *Marketing Communications*

Laporan aktivitas marketing yang dipaparkan saat meeting mingguan, bulanan, maupun per kuartar menjadi salah satu tanggung jawab yang dikerjakan penuh oleh penulis.

3. Mencari ide-ide atau referensi untuk *campaign* hotel

Selayaknya marketing pada umumnya, penulis diharuskan untuk up to date dengan trend terbaru di sosial media dan *brain storming*

tentang hal-hal atau trend terbaru untuk memenuhi kebutuhan pemasaran masyarakat.

4. Menjalin hubungan baik dengan media

The Westin Jakarta menjalin hubungan baik dengan beberapa media, tugas penulis disini adalah untuk menjaga hubungan baik dengan media untuk keperluan publikasi.

5. Membantu dalam proses pembuatan design *campaign*

Memberi masukan atas design yang dibuat dan membuat design non-public untuk keperluan internal.

6. Melakukan photoshoot product maupun kebutuhan marketing

Memberikan ide atau masukan terhadap photo/videoshoot yang akan dilakukan, dengan membuat storyboard atau moodboard untuk membantu model (jika dibutuhkan) dalam proses syuting.

7. Membuat *Press Release*

Press release adalah hal utama yang dibutuhkan oleh marketing untuk menyebarkan berita atau promosi terbaru. *Press release* yang dibuat biasanya dalam Bahasa maupun English.

3.5 Evaluasi Magang

1. Evaluasi Pembimbing The Westin Jakarta

Kinerja Keseluruhan:

Adelia Putri Kinanti telah menunjukkan dedikasi yang luar biasa dan etos kerja yang patut dipuji selama enam bulan magangnya sebagai Marketing Communication Trainee di The Westin Jakarta. Kinerja dan kontribusinya secara konsisten luar biasa, memberikan dampak positif bagi tim kami dan organisasi secara keseluruhan.

1. Kekuatan Utama: Dedikasi dan Komitmen: Adelia secara konsisten menunjukkan dedikasi dan komitmen yang tinggi terhadap pekerjaannya. Dia secara konsisten memenuhi tenggat waktu dan menunjukkan rasa tanggung jawab yang kuat terhadap tugas-tugas yang diberikan.

2. **Etos Kerja:** Etos kerja Adelia patut dicontoh. Dia secara konsisten menunjukkan rasa profesionalisme yang kuat dan mempertahankan sikap positif, bahkan selama situasi yang menantang. Dia selalu bersedia bekerja lebih keras untuk memastikan keberhasilan penyelesaian proyek.
3. **Perhatian terhadap Detail:** Adelia memiliki perhatian yang tajam terhadap detail. Dia secara konsisten menghasilkan karya berkualitas tinggi yang selaras dengan pedoman merek organisasi. Ketelitiannya sangat berkontribusi pada keberhasilan berbagai inisiatif komunikasi pemasaran.
4. **Keterampilan Komunikasi:** Keterampilan komunikasi Adelia patut dipuji. Dia secara efektif menyampaikan ide dan pemikirannya baik secara lisan maupun tertulis. Kemampuannya dalam mengartikulasikan konsep dan berkolaborasi dengan anggota tim meningkatkan efektivitas keseluruhan upaya komunikasi pemasaran kami.
5. **Inisiatif dan Kreativitas:** Adelia secara konsisten menunjukkan inisiatif

Area untuk berkembang:

Meskipun Adelia telah bekerja dengan sangat baik selama masa magangnya, ada beberapa area di mana ia dapat meningkatkan kemampuannya:

1. **Manajemen Waktu:** Adelia secara umum telah mengatur waktunya secara efektif, tetapi ada beberapa contoh di mana ia dapat memperoleh manfaat dari prioritas dan perencanaan tugas yang lebih baik. Mendorongnya untuk mengembangkan keterampilan manajemen waktu yang lebih kuat akan membantunya lebih unggul dalam upaya profesionalnya.
2. **Pengetahuan Industri:** Sebagai seorang Marketing Communication Trainee, Adelia telah mendapatkan pemahaman

yang kuat tentang dasar-dasarnya. Mendorongnya untuk tetap mengikuti perkembangan tren industri dan strategi pemasaran terbaru akan membantunya tetap berada di depan dan berkontribusi lebih efektif di masa depan.

Sebagai penutup dari semua yang telah saya sampaikan di atas, Adelia telah menjadi peserta magang yang luar biasa selama enam bulan magangnya sebagai Marketing Communication Trainee di The Westin Jakarta. Dedikasi, etos kerja, perhatian terhadap detail, dan kemampuan komunikasinya telah memberikan dampak yang signifikan terhadap tim dan organisasi kami. Dengan pengembangan yang berkelanjutan dalam manajemen waktu dan pengetahuan industri, Adelia memiliki potensi untuk unggul dalam usaha masa depannya. Sebagai atasan langsungnya, saya sangat merekomendasikannya untuk kesempatan di masa depan dan berharap yang terbaik dalam perjalanan profesionalnya.

2. Evaluasi Dosen Pembimbing atau fasilitator

Akan disampaikan saat melakukan sidang magang dengan dosen pembimbing.

BAB III

HASIL KEGIATAN MAGANG

3.1 Hasil Kegiatan Magang

Penulis melakukan magang selama kurang lebih 6 bulan, di mulai dari tanggal 15 Februari 2023 sampai 31 Agustus 2023. Selama 6 bulan magang, penulis ikut serta secara langsung dalam semua kegiatan dan mendapatkan tugas untuk menambah pengetahuan, pengalaman, menumbuhkan rasa disiplin dan bertanggung jawab terhadap apa yang ditugaskan dalam semua kegiatan. Berikut merupakan tugas keseharian penulis selama 4 bulan magang di The Westin Jakarta sebagai bagian dari *Marketing Communications and PR team* :

| No | Hari/Tanggal | Deskripsi Kegiatan |
|----|------------------|---|
| 1 | 15 Februari 2023 | Pengenalan dan pemahaman tentang deskripsi kegiatan, sistem yang digunakan, cara bekerja, aturan, dll. |
| 2 | 16 Februari 2023 | Melakukan photoshoot ramadan hampers bersama tim |
| 3 | 17 Februari 2023 | Membuat rancangan sosial media @henshinjakarta, Membuat laporan aktivitas marketing selama 1 minggu, Videoshoot world sleep day |
| 4 | 20 Februari 2023 | Videoshoot peringatan world sleep day, photoshoot launching menu Henshin, trainee gathering batch 14, membuat marketing caption untuk keperluan flyer dan teaser |

| | | |
|----|------------------|---|
| 5 | 21 Februari 2023 | Orientasi trainee dengan HR, mengikuti acara Audit Boothcamp videoshoot moet chandon |
| 6 | 22 Februari 2023 | Membuat social media plan untuk @henshinjakarta dan @thewestinjakarta |
| 7 | 23 Februari 2023 | Membuat social media plan untuk @henshinjakarta dan @thewestinjakarta |
| 8 | 24 Februari 2023 | Membuat social media plan untuk @henshinjakarta dan @thewestinjakarta, membuat list media untuk press conference |
| 9 | 27 Februari 2023 | Photoshoot maret afternoon tea, menyebarkan undangan kepada media untuk menghadiri/meliput Seasonally Crafted |
| 10 | 28 Februari 2023 | Menyebarkan undangan kepada media untuk menghadiri/meliput Seasonally Crafted, memasukan data keuangan bulanan marketing ke sistem |
| 11 | 1 Maret 2023 | Membuat laporan aktivitas mingguan marketing, photoshoot Heavenly Spa, memeriksa digital signage diseluruh hotel |
| 12 | 2 Maret 2023 | Membuat social media engagement untuk IG @thewestinjakarta dan @henshinjakarta |
| 13 | 3 Maret 2023 | Menghadiri acara press conference MUFFEST, membalas pesan yang masuk di 3 akun social media The Westin |
| 14 | 6 Maret 2023 | Videoshoot launching product Heavenly Spa, membuat laporan aktivitas mingguan marketing |
| 15 | 7 Maret 2023 | Menghadiri acara fashion show MUFFEST, videoshoot peringatan Women's Day, photoshoot menu berbuka puasa di Henshin |

| | | |
|----|---------------|--|
| 16 | 8 Maret 2023 | Memperbarui menu di sistem, menghadiri acara women's day (internal) |
| 17 | 9 Maret 2023 | Menghadiri acara fashion show MUFFEST, menyambut kedatangan Agnezmo di Henshin |
| 18 | 10 Maret 2023 | Mempersiapkan serta menghadiri acara Seasonally Crafted yang merupakan acara dari tim marketing |
| 19 | 13 Maret 2023 | Membuat social media plan untuk @henshinjakarta dan @thewestinjakarta, membuat Entertainment Form untuk keperluan meeting |
| 20 | 14 Maret 2023 | Photoshoot april afternoon tea, menyebarkan undangan kepada media & KOL untuk acara media gathering |
| 21 | 15 Maret 2023 | Menyebarkan undangan kepada media untuk menghadiri acara media gathering |
| 22 | 16 Maret 2023 | Videoshoot perkenalan guest chef international dan beberapa chef internal |
| 23 | 17 Maret 2023 | Membuat engagement untuk social media, membuat press release untuk promosi ramadan |
| 24 | 20 Maret 2023 | Melakukan pengecekan terhadap seluruh digital signage untuk promosi terbaru, membuat sosial media plan |
| 25 | 21 Maret 2023 | Videoshoot dengan beberapa chef internal, membuat engagement untuk social media @thewestinjakartaweddings |
| 26 | 23 Maret 2023 | Videoshoot dengan guest chef international, videoshoot untuk peringatan earth hour (save energy) |

| | | |
|----|---------------|---|
| 27 | 24 Maret 2023 | Mempersiapkan acara media gathering, memantau proses shooting MetroTV, menghadiri acara Iftar Media Gathering |
| 28 | 27 Maret 2023 | Membuat press release tentang hotel, memasukan laporan keuangan bulanan marketing ke sistem |
| 29 | 28 Maret 2023 | Membuat laporan aktivitas mingguan marketing, merekap data penjualan dari sisi marketing |
| 30 | 29 Maret 2023 | Trainee Gathering, membuat design invitation untuk tamu undangan |
| 31 | 30 Maret 2023 | Photoshoot launching produk minuman Seasonal Tastes, melakukan pengecekan digital signage diseluruh hotel |
| 32 | 31 Maret 2023 | Membuat marketing caption untuk flyer dan teaser, mencari stock images untuk keperluan marketing |
| 33 | 03 April 2023 | Mengumpulkan berita atau coverage yang ditulis media |
| 34 | 04 April 2023 | Membuat laporan aktivitas mingguan marketing, dokumentasi hotel untuk sosial media |
| 35 | 05 April 2023 | Membuat engagement untuk social media, membuat press release untuk promosi terbaru hotel |
| 36 | 10 April 2023 | Videoshoot bersama general manager, melakukan pengecekan digital signage diseluruh hotel |

| | | |
|----|---------------|---|
| 37 | 11 April 2023 | Membuat laporan aktivitas mingguan marketing, membuat storyboard untuk shooting zumba, menghadiri dan dokumentasi iftar dengan Panti Asuhan |
| 38 | 12 April 2023 | Membuat social media engagement untuk IG @thewestinjakarta dan @henshinjakarta |
| 39 | 13 April 2023 | Melakukan videoshoot dengan Puteri Indonesia 2022, menjadi model untuk videoshoot, melakukan voice recording untuk video campaign |
| 40 | 14 April 2023 | Melakukan pengecekan terhadap seluruh digital signage untuk promosi terbaru, membuat sosial media plan |
| 41 | 17 April 2023 | Videoshoot campaign weekend kids activity, menyebarkan undangan kepada KOL untuk mempromosikan acara mendatang |
| 42 | 18 April 2023 | Membuat engagement untuk social media, membuat laporan aktivitas mingguan marketing |
| 43 | 19 April 2023 | Mencari stok video dan lagu untuk ucapan hari kartini, photoshoot menu minuman terbaru henshin |
| 44 | 20 April 2023 | Membuat storyboard untuk perayaan hari kartini The Westin Jakarta |
| 45 | 21 April 2023 | Merayakan hari kartini dengan tim internal The Westin dan memberikan arahan terkait video yang akan dibuat |
| 46 | 24 April 2023 | Membuat engagement untuk social media |

| | | |
|----|---------------|--|
| 47 | 25 April 2023 | Membuat laporan aktivitas mingguan marketing, membalas beberapa email terkait promosi yang dilakukan westin kepada area tim |
| 48 | 26 April 2023 | Briefing dan catch up dengan general manager The Westin |
| 49 | 27 April 2023 | Videoshoot zumba dengan instructor serta menjadi model untuk keperluan marketing, menyiapkan keperluan shooting dan set up |
| 50 | 28 April 2023 | Membuat press release tentang hotel, memasukan laporan keuangan bulanan marketing ke sistem |
| 51 | 01 Mei 2023 | DAY OFF |
| 52 | 02 Mei 2023 | Membuat laporan aktivitas mingguan marketing, mengambil beberapa dokumen dan majalah untuk disebarkan ke outlet-outlet |
| 53 | 03 Mei 2023 | Photoshoot promosi baru di Henshin, membuat storyboard untuk keperluan shooting, melakukan set up sebelum photoshoot |
| 54 | 04 Mei 2023 | Videoshoot menu minuman terbaru di Henshin, membuat laporan aktivitas marketing kuartar 1 dan 2, menyebarkan undangan kepada media |
| 55 | 05 Mei 2023 | Konfirmasi kehadiran tamu undangan untuk acara yang akan diselenggarakan, menghadiri event 'Cinci de Mayo', mengambil footage selama acara berlangsung |
| 56 | 08 Mei 2023 | Membuat laporan tentang acara yang diselenggarakan, edit foto-foto post event, membuat social media plan |

| | | |
|----|-------------|---|
| 57 | 09 Mei 2023 | Membuat engagement untuk social media, membuat press release untuk promosi terbaru hotel |
| 58 | 10 Mei 2023 | Membuat marketing caption untuk flyer dan teaser, mencari stock images dan lagu untuk keperluan marketing, mengirim promosi yang berlangsung melalui email ke seluruh staf di westin |
| 59 | 11 Mei 2023 | Meeting/brain storming tentang promosi yang akan dilakukan selanjutnya bersama dengan HR tim |
| 60 | 12 Mei 2023 | Menemani liputan yang dilakukan oleh HardRock FM, menghadiri press conference Puteri Indonesia 2023 untuk dokumentasi |
| 61 | 14 Mei 2023 | Menghadiri acara zumba sebagai bagian promosi westin, memastikan kelancaran dari acara, photoshoot dan videoshoot promosi yang akan berlangsung, set up untuk keperluan photoshoot |
| 62 | 15 Mei 2023 | Videoshoot AAW 2023, membuat ide dan script untuk videoshoot |
| 63 | 16 Mei 2023 | Videoshoot AAW 2023, membuat ide dan script untuk videoshoot, membuat laporan aktivitas mingguan marketing |
| 64 | 17 Mei 2023 | DAY OFF |
| 65 | 18 Mei 2023 | DAY OFF |

| | | |
|----|-------------|---|
| 66 | 19 Mei 2023 | Update menu heavenly spa, edit banner card untuk di kamar, menghadiri acara Puteri Indonesia 2023 sebagai perwakilan dari The Westin Jakarta, mengambil footage selama acara berlangsung |
| 67 | 22 Mei 2023 | Transfer photos untuk keperluan Graphic Designer, revisi flyer dan teaser di aplikasi photoshop |
| 68 | 23 Mei 2023 | Photoshoot bersama Puteri Indonesia 2023 dan miss supranational dan miss charm 2023 |
| 69 | 24 Mei 2023 | Membuat design invitation untuk acara collaboration, edit video untuk sosial media engagement |
| 70 | 25 Mei 2023 | Edit videos untuk sosial media engagement, membuat entertainment form, membuat form untuk model consent |
| 71 | 26 Mei 2023 | Edit videos untuk sosial media engagement, membuat press release promosi terbaru, membuat laporan keuangan bulanan marketing |
| 72 | 29 Mei 2023 | Videoshoot wellness bersama model, Membuat storyboard untuk keperluan shooting, mengarahkan ide untuk shooting, membuat sosial media engagement |
| 73 | 30 Mei 2023 | Membuat media list untuk acara yang akan diselenggarakan, membuat laporan aktivitas mingguan marketing, menghadiri acara collaboration bersama Chef Vindex |

| | | |
|----|--------------|--|
| 74 | 31 Mei 2023 | Melakukan pengecekan terhadap seluruh digital signage untuk promosi terbaru, membuat storyboard untuk keperluan shooting, menyerahkan dokumen kepada General Manager |
| 75 | 01 Juni 2023 | Shooting ucapan HUT Jakarta bersama General Manager, menyebarkan promosi yang berlangsung kepada seluruh staf The Westin |
| 76 | 02 Juni 2023 | Menyiapkan properti untuk shooting, set up, Videoshoot bersama Puteri Indonesia 2022, menyambung kedatangan miss Supranational dan miss charm |
| 77 | 05 Juni 2023 | Membuat storyboard untuk shooting, menjadi model bantuan untuk shooting, membuat model consent form, videoshoot bersama para chef internal |
| 78 | 06 Juni 2023 | Photoshoot promosi baru di Henshin, menyiapkan tempat, properti, set up untuk photoshoot, mengambil footage untuk keperluan sosial media |
| 79 | 07 Juni 2023 | Mengundang media untuk hadir di launching campaign The Westin, gathering bersama Sales and Marketing The Westin Jakarta, membuat undangan untuk event |
| 80 | 08 Juni 2023 | Menjual produk henshin kepada tamu yang bermalam, |

| | | |
|----|--------------|--|
| | | menawarkan produk dan mengenalkan henshin kepada tamu |
| 81 | 09 Juni 2023 | Menjual produk henshin kepada tamu yang bermalam, menawarkan produk dan mengenalkan henshin kepada tamu, membuat laporan aktivitas mingguan marketing |
| 82 | 12 Juni 2023 | Mengumpulkan berita atau coverage yang ditulis media, melakukan pengecekan terhadap digital signage di seluruh hotel, meminta tanda tangan kepada general manager, input dokumen ke sistem, memposting promosi di Google Business dan facebook Ads |
| 83 | 13 Juni 2023 | Membuat list tamu undangan untuk yoga, mengikuti acara yoga, mengambil footage selama acara berlangsung, mengirim email kerjasama kepada media |
| 84 | 14 Juni 2023 | Membuat laporan keuangan bulanan marketing, membalas pesan di sosial media, membuat sosial media engagement |

3.2 Analisa Keterkaitan Magang dengan Program Studi

Berikut dapat dijelaskan analisa keterkaitan kegiatan magang yang dilakukan dengan peminatan di yang telah dipelajari :

A. Analisa Peran *Public Relations* di Industry

Sebuah organisasi merupakan satu kesatuan dan sekumpulan individu dengan tujuan atau goal yang sama. Public Relations adalah salah satu faktor yang berperan penting dalam suatu perusahaan karena

memiliki fungsi untuk menjembatani dan membina hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan publik. Dalam pengertian tersebut tampak bahwa kegiatan Public Relations berada pada kata manajemen relasi dan komunikasi yang berujung pada terciptanya hubungan baik demi meningkatkan pencitraan individu atau perusahaan tersebut.

Menurut Luqman tahun 2013, Public Relations adalah komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan publik dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis dengan melalui komunikasi saling timbal balik guna menciptakan saling pengertian kepada publik baik internal maupun eksternal. Public Relations berfungsi membina atau menjalin hubungan internal, eksternal, serta mempromosikan dan mempublikasikan kegiatan lembaga sebagai nilai positif Publik, dalam Public Relations yang dimaksud disini juga bukanlah hanya orang - orang dari luar organisasi (eksternal) tetapi juga orang - orang dari dalam organisasi (internal) misalnya para karyawan dari organisasi.

Dalam industri perhotelan, public relation memiliki fungsi manajemen untuk membantu menegakan dan memelihara aturan bersama dalam komunikasi, demi terciptanya kerjasama antara perusahaan dengan publik, mengatur dan menekankan tanggung jawab dalam melayani kepentingan masyarakat. Dengan adanya public relation menjadikannya sebagai ujung tombak dalam bersaing di industri perhotelan. Karena public relation dapat menciptakan image positif untuk membangun citra baik dari suatu perusahaan.

Jadi, public relation dibidang industri perhotelan memegang peranan yang penting bahkan sangat dibutuhkan. Selain untuk menjaga nama baik perusahaan kepada publik, public relation juga memegang andil besar dari keberlangsungan suatu perusahaan yang bersangkutan, dengan menjaga komunikasi internal antara pihak atas dan pihak bawah serta menja¹di pemecah masalah yang dapat memberikan solusi dari

¹ Frank Jefskin, 2003. Public Relations ; Edisi Kelima. Jakarta

masalah yang dihadapi.²

B. Analisa Keterkaitan *Public Relations* dan *Marketing Communications* di Industri Perhotelan.

Marketing Public Relations ini adalah konsep Public Relations yang didasari oleh pemasaran. Sebelum dan sesudah marketing dijalankan, maka perlu diakses dahulu atau dipelihara oleh Public Relations dengan melakukan pembentukan citra (*image building*) suatu produk atau jasa yang positif. Bila citra perusahaan, produk atau jasa sudah positif di mata konsumen, maka mempermudah upaya pemasaran publik untuk menjadi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2007:279) Marketing Public Relations (MPR) dapat membangun kesadaran dengan menempatkan berita di media untuk menarik perhatian publik pada suatu produk, jasa, orang, organisasi atau gagasan. Marketing Public Relations dapat membangun kredibilitas dengan menyampaikan pesan dalam sebuah platform.

Marketing Public Relations mempunyai tujuan yang paling penting yaitu merangsang pembelian dan kepuasan dari para konsumen serta komunikasi yang dapat dipercaya, marketing public relations tidak lepas dari kata 'promosi' yaitu merupakan bagian dari proses pemasaran yang berhubungan dengan produk, tempat, harga, dan promosi (*produk, place, price and promotion*) (Ruslan, 2002:251), yang menjadi bagian dari campaign pemasaran yang berhasil, namun marketing public relations akan berperan dengan baik dalam menciptakan kampanye pemasaran yang berhasil bila unsur-unsur pemasaran lain juga menyatu dengan public relations. Marketing Public Relations pada prinsipnya adalah merupakan suatu kegiatan yang terencana dan suatu usaha yang terus menerus untuk dapat memantapkan dan mengembangkan itikad baik dan pengertian yang timbal balik antara suatu organisasi dengan

¹ Scott M Cultip & Allen H Center. 2006. *Effective Public Relation*. Vol. 9. Jakarta : Kencana

² Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.

publik.

Marketing public relation (MPR) penekanannya bukan pada selling (seperti pada kegiatan periklanan), namun peran pemberian informasi, pendidikan dan upaya peningkatan pengertian lewat penambahan pengetahuan mengenai suatu produk/jasa/perusahaan akan lebih kuat dampaknya dan agar lebih lama diingat oleh konsumen, maka MPR merupakan suatu konsep yang lebih tinggi dan lengkap dari iklan yang biasa.

C. Analisa Keterkaitan Kegiatan Magang dengan Keilmuan PR

Universitas Sahid memberikan kebebasan kepada mahasiswa/Inya untuk memilih perusahaan tujuan untuk melakukan magang atau praktek kerja tentunya sesuai dengan arahan dan bimbingan yang diberikan. Kebebasan memilih tempat magang tidak berarti bebas dalam menentukan posisi yang diambil, tentu saja harus ada relevansi dengan peminatan yang sudah diambil di kampus. Program magang yang sudah diambil sudah melewati persetujuan dan pengawasa dari pihak kampus.

Penulis mengambil peminatan humas yang berkaitan dengan bagaimana mengelola citra perusahaan agar tetap baik dimata publik. Dalam program magang atau praktek kerja ini penulis menempati posisi marketing communications yang masih memiliki kesinambungan, dimana didalamnya bekerja untuk membangun citra yang baik sekaligus melakukan branding atau promosi sesuai dengan brand standart perusahaan untuk diperkenalkan kepada khalayak publik. Marketing communications disini juga berperan sekaligus menjadi seorang Public Relation yang bertugas menjadi garda terdepan jika terjadi hal-hal yang tidak diduga.

Setelah melakukan kegiatan magang selama 4 bulan, kegiatan dan pembelajaran yang didapat memberikan pandangan baru kepada penulis tentang bagaimana seorang professional bekerja. Seorang PR professional melakukan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan kode

etik. Peranan yang dimiliki disini juga sangat penting mengingat citra perusahaan berada di tangan seorang PR.

Keterkaitan yang bisa disimpulkan dari kegiatan magang dengan mata kuliah adalah teori yang dijelaskan dan pemaparan dari buku dapat kita bandingkan dengan realita dalam dunia industri. Salah satu pembelajaran yang dapat penulis rasakan bahwa untuk menjadi praktisi humas yang baik dan *professional* harus dapat berkomunikasi dengan baik terhadap publik internal maupun eksternal. Kegiatan magang sebagai Marketing Communications di The Westin Jakarta pada umumnya mempunyai peranan dalam penghubung antara pihak yang berada di luar lembaga, di saat seperti itulah fungsi marketing dijalankan. Khususnya bagi yang sering berjumpa dengan pihak luar seperti wartawan dari berbagai media untuk meliput dan memberikan berita terkait kegiatan atau promosi yang dilakukan The Westin.

3.3 Keberlanjutan Magang

Setelah melakukan kegiatan magang yang dilakukan selama 6 bulan (4 bulan sesuai ketentuan universitas dan 2 bulan tambahan ketentuan perusahaan), penulis merasakan banyaknya ilmu, pengalaman, relasi yang bertambah. Dengan bantuan dan bimbingan dari industri membentuk karakter penulis untuk bisa menjadi seorang PR professional, melalui usaha giat yang ditunjukkan penulis The Westin Jakarta meminta untuk memperpanjang waktu kegiatan magang untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Pembelajaran dan pemahaman cara kerja yang dilakukan serta lingkungan yang mendukung membuat proses kegiatan magang ini lebih mudah untuk dilakukan.

Sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh universitas, penulis harus menuntaskan laporan dan tugas akhir yang akan diemban di semester depan. The Westin mengajukan untuk dapat mempekerjakan saat sudah menyelesaikan semua tugas yang diberikan oleh universitas. Penulis merasa terhormat dan bangga terhadap pencapaian yang diberikan, rasa terima kasih

kepada universitas sudah menjembatani kegiatan magang industri ini dan rasa terima kasih kepada The Westin Jakarta sudah memberikan kepercayaan kepada penulis.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dengan berakhirnya kegiatan magang industri yang telah dilakukan selama 6 bulan serta telah diselesaikan penyusunan laporan magang, penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Posisi marketing communications merupakan gabungan dengan PR yang dimiliki hotel The Westin Jakarta, dapat dikatakan bahwa jika ada hal-hal tidak terduga terjadi marketing communications yang akan mengurus dan memperbaiki keadaan tersebut. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh The Westin juga merupakan ide dan usul dari marketing communications.
2. Peran divisi ini sangat penting dan langsung dalam pantauan General Manager serta Area Team, kesalahan yang dilakukan dapat berakibat fatal pada citra yang dimiliki hotel. Kreativitas dan ketelitian sangat diperlukan dalam marketing communications The Westin agar publik tidak mendapatkan informasi yang salah.
3. Marketing Communications di The Westin memiliki peran untuk menghubungkan divisi secara internal, disini marketing berperan untuk menyediakan kebutuhan untuk mempromosikan hotel sesuai dengan bagiannya. Segala bentuk promosi merupakan bagian dari marketing sehingga jika terjadi kesalahan dalam

copywriting atau pemberian informasi adalah tanggung jawab penuh dari marketing.

4. Selain memiliki peran untuk menjembatani internal, marketing juga memiliki peran untuk eksternal seperti media, clients, embassy, KOL, dll. Marketing disini lebih berfokus kepada media untuk membangun hubungan yang baik, sehingga citra yang ditampilkan pun bagus dipandangan publik. Banyaknya kerjasama yang dijalin dengan media dan memberikan mereka keuntungan untuk dapat menikmati beberapa fasilitas di hotel sebagai bentuk barter yang dilakukan.

4.2 Kritik dan Saran

Tanpa mengurasi rasa hormat penulis kepada pihak universitas dan industri yang sudah memfasilitasi kegiatan magang ini hingga dapat berjalan dengan lancar. Saran-saran yang akan disebutkan semoga dapat menjadi acuan agar dapat menjadi lebih baik lagi untuk di masa depan :

1. Saran untuk Universitas Sahid
 - a. Sebaiknya mahasiswa/I lebih diberikan bimbingan dan arahan dari bidang akademik tentang prosedur magang dari semester awal hingga tidak terdesak dengan proses waktu magang.
 - b. Sebaiknya ditingkatkan kembali nilai komunikasi dari pihak kampus untuk memudahkan mahasiswa dalam proses magang.
 - c. Sebaiknya diberikan kejelasan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi yang relevan tentang proses magang seperti syarat dan ketentuan untuk mengikuti kegiatan magang
2. Saran untuk The Westin Jakarta
 - a. Sebaiknya melibatkan peserta magang dalam kegiatan-kegiatan yang bisa menambah ilmu, pengalaman, dan sebagai pembelajaran sebagai trainee.

- b. Sebaiknya diberikan fasilitas kerja untuk peserta magang guna mendukung kemudahan dalam bekerja, seperti fasilitas PC.
- c. Sebaiknya diberikan komunikasi yang jelas antara atasan dan peserta magang untuk memudahkan dalam proses pengerjaan tugas, seperti melakukan briefing sebelum kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Jefskin, Frank.** 2003. *Public Relations*. Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Airlangga.
- Ishak, Aswad.** 2012. *Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi*. Jurnal Aspikom 1 (4). Hal 1-8.
- Kotler, Philip.** 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, K.L .** 2002. *Perilaku Konsumen*
- Scott M Culip & Allen H Center.** 2006. *Effective Public Relation*. Vol. 9. Jakarta : Kencana
- Sholikhah, Farida Siti.** 2016. *Strategi Media Relations PT Telekomunikasi Indonesia, tbk untuk meningkatkan citra perusahaan*, Jurnal Komunikator, Volume 8. No. 2 : 93-111
- Wiryanto.** 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Gramedia Widasarana Indonesia.

LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Magang Industri



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

(Terakreditasi Institusi BAN-PT)

Tourism and Entrepreneurial University

Nomor : 023 /USJ – 13 / J.43 / 2023
Lampiran : ---
Perihal : Permohonan Magang Industri

Kepada Yth,
HRD The Westin Jakarta
P.T The Westin Jakarta
Jl. H. R. Rasuna Said No. Kay, C-22A Karet
Kuningan Setiabudi, Jakarta Selatan
Di tempat,

Dengan hormat,
Dalam rangka meningkatkan ketrampilan profesi mahasiswa di bidang Ilmu komunikasi khususnya **Humas**, dengan ini kami mohon Bapak/Ibu berkenan menerima dan memberi kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melakukan Magang Industri di Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun mahasiswa kami tersebut :

NAMA : Adelia Putri Kinanti
NIM : 2020210069
Telp./HP : 081388117609
Peminatan : Humas

Atas kebijaksanaan dan partisipasinya turut membantu program kami dalam meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mahasiswa yang bersangkutan kami ucapkan terima kasih, semoga kerjasama yang bersifat timbal balik semacam ini dapat dikembangkan lebih lanjut di waktu-waktu yang akan datang.

Jakarta, 26 Januari 2023
Fakultas Ilmu Komunikasi Usahid
Kampus Proses Akhir Studi S-1 Komunikasi



(Husein Mulya, S.Ik, M.Si)

Tembusan Yth. :

1. Dekan Fikom (sebagai laporan)
2. Peringgal

2. Surat Konfirmasi Magang – The Westin Jakarta



THE WESTIN JAKARTA
Gatra Tower
Jl. MH Soemba Sudikma, C-11
Jakarta, Indonesia 12921
T +62 21 2786188
westinjakarta.com

To :

Husen Mony, S.IK, M.Si
Wakil Prodi Ilmu Komunikasi
SAHID University
Jl. Prof. DR. Soepomo No.84,
DKI Jakarta 12870

Reg : Internship Program Confirmation

Dear Mr.Husen,

Greetings from The Westin Jakarta!

Please be informed that your students mentioned below have passed the selection process for the internship program and we are pleased to welcome her as our Trainee.

| NO | NAME | DEPARTMENT | PERIOD |
|----|----------------------|-------------------------|---------------------------------|
| 1 | Adelia Putri Kinanti | Marketing Communication | 15 February – 14 August 2023 |

We are expecting his presence on **15 February 2023 at 8.30 am** and bring along:

1. School reference letter
2. Vaccine Certificate*
3. Medical Check Up*
4. Swab Antigen Test Result*
5. Formal photo in size 3x4 (2 pieces)
6. Signed Parents/Family Statement Letter
7. Signed Student Statement Letter
8. Copy of Personal ID Card (KTP)
9. Copy of Family Card (KK)
10. Pantofel (Black)

**Fully Vaccinated. Please submit the first, second, and third dose vaccine certificates.*

**Suggested to do a medical Check Up within 7 days after receiving this confirmation letter.*

**Submit Swab Antigen Test result at least 2 days prior to their starting date. The final confirmation will be based on it.*

Should you need any further information please do not hesitate to contact us.

Thank you for your attention.

Best Regards,


9 Feb 2023
THE WESTIN
JAKARTA
HUMAN RESOURCES DEPARTMENT
Human Resources Manager

3. Evaluasi Pembimbing Magang

Overall Performance:

Adelia Putri Kinanti has demonstrated exceptional dedication and a commendable work ethic throughout her six-month internship as a Marketing Communication Trainee at The Westin Jakarta. Her performance and contributions have been consistently outstanding, making a positive impact on our team and the organization as a whole.

1. **Key Strengths: Dedication and Commitment:** Adelia has consistently exhibited a high level of dedication and commitment to her work. She consistently met deadlines and showed a strong sense of responsibility towards her assigned tasks.
2. **Work Ethic:** Adelia's work ethic is exemplary. She consistently demonstrated a strong sense of professionalism and maintained a positive attitude, even during challenging situations. She was always willing to go the extra mile to ensure the successful completion of projects.
3. **Attention to Detail:** Adelia possesses a keen eye for detail. She consistently produced high-quality work that was aligned with the organization's brand guidelines. Her meticulousness greatly contributed to the success of various marketing communication initiatives.
4. **Communication Skills:** Adelia's communication skills are commendable. She effectively conveyed her ideas and thoughts both verbally and in written form. Her ability to articulate concepts and collaborate with team members enhanced the overall effectiveness of our marketing communication efforts.
5. **Initiative and Creativity:** Adelia consistently demonstrated initiative and creativity in her work. She actively sought opportunities to contribute new ideas and solutions, showcasing her innovative thinking and problem-solving skills. Her fresh perspective added value to our marketing campaigns.

Areas for Growth:

While Adelia has performed exceptionally well throughout her internship, there are a few areas where she could further enhance her skills:

1. **Time Management:** Adelia has generally managed her time effectively, but there were instances where she could have benefited from improved prioritization and

task planning. Encouraging her to develop stronger time management skills will help her excel further in her professional endeavors.

2. **Industry Knowledge:** As a Marketing Communication Trainee, Adelia has gained a solid understanding of the fundamentals. Encouraging her to stay updated with the latest industry trends and marketing strategies will help her stay ahead of the curve and contribute even more effectively in the future.

To conclude everything I've stated above, Adelia has been an exceptional intern during her six-month internship as a Marketing Communication Trainee at The Westin Jakarta. Her dedication, work ethic, attention to detail, and communication skills have made a significant impact on our team and the organization. With continued development in time management and industry knowledge, Adelia has the potential to excel in her future endeavors. As her direct supervisor, I highly recommend her for any future opportunities and wish her the best in her professional journey.


REGINE LYNETTE

4. Dokumentasi keseharian saat menjalani program magang.





Behind The Scenes saat melakukan photo/videoshoot product



Dokumentasi saat menghadiri Events

