



AKTIVITAS PUBLIKASI PADA *VENDOR PHOTO BOOTH EVENT* DI PT. HOLOGRAIL MAJU

Nuke Divanka Putri ¹, Maswir S.E., MM ²

¹ Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, nukedivankap@gmail.com

² Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, mawi.maswir@gmail.com

ABSTRACT

Polytechnic Education for the Applied Bachelor Program in Convention, Incentive Travel, and Exhibition Services (MICE) is a vocational institution so that students are educated to be ready to work in the MICE field. Therefore, practical work was carried out by the author at PT. Holograil Maju Bersama. The purpose of fieldwork practice activities is to understand public relations activities in carrying out publications on photo booth service providers, to understand the supporting and inhibiting factors at PT. Holograil Maju Bersama. The data collection methods in this report are observation, documentation, and interviews. The research method uses qualitative data analysis methods. The results of this report indicate the publication strategy of PT. Holograil Maju Bersama consists of two types, namely internal relations and external relations. The media used for promotion are print media, social media, events (exhibitions), and sponsorship. After that, the author runs the publication according to the chosen platform, then evaluates the community's assessment and the final stage is to make a publication report. Supporting factors are Theholograil products that make people curious because of their uniqueness and rarity, and in Indonesia, there are also many events that require a photo booth. The inhibiting factor is that other service providers imitate Theholograil products and sell them at a lower price, especially because Covid-19 can only be published online and it is difficult to build public trust in Theholograil products because they cannot be seen and felt directly

Keywords: Media, Photo, Publication

ABSTRAK

Pendidikan Politeknik Program Sarjana Terapan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE) ialah lembaga vokasi sehingga mahasiswa dididik untuk siap bekerja di bidang MICE. Maka dari itu, praktek kerja dilakukan oleh penulis di PT. Holograil Maju Bersama. Tujuan kegiatan praktik kerja lapangan untuk memahami aktivitas humas dalam melaksanakan publikasi pada Penyedia Jasa Photobooth, memahami faktor pendukung serta penghambatnya di PT. Holograil Maju Bersama. Metode pengumpulan data dalam laporan ini ialah observasi, dokumentasi, serta wawancara. Metode penelitian menggunakan metode analisis data kualitatif. Hasil laporan ini menunjukkan strategi publikasi PT. Holograil Maju Bersama terdiri dua macam, yaitu internal relations serta external relations. Media yang dilakukan untuk promosi ialah media cetak, media sosial, event (pameran), serta sponsorship. Setelah itu penulis menjalankan publikasinya sesuai dengan platform yang dipilih, selanjutnya mengevaluasi penilaian masyarakat dan tahap akhir yaitu membuat laporan hasil publikasi. Faktor pendukung terdapat produk Theholograil membuat penasaran masyarakat karena keunikan dan kelangkaannya, serta di Indonesia juga terdapat banyak event yang membutuhkan photo booth. Faktor penghambat ialah penyedia jasa yang lain meniru produk Theholograil dan dijual dengan harga yang lebih rendah, terutama karena covid-19 hanya bisa dipublikasikan secara online dan sulit membangun kepercayaan publik terhadap produk Theholograil dikarenakan tidak dapat dilihat dan dirasakan langsung

Kata Kunci: Media, Foto, Publikasi

PENDAHULUAN

Pendidikan Politeknik Program Sarjana Terapan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran (MICE) adalah lembaga pendidikan jalur vokasi yang mendidik mahasiswa agar siap

menjadi tenaga kerja yang terampil di bidang keahlian MICE dengan sebutan S.Tr (Sarjana Terapan).

Untuk mencapai tingkat terampil, mahasiswa tidak hanya mengikuti kuliah teori dan praktik, tetapi mahasiswa harus



melakukan praktik kerja yaitu melakukan kerja sesungguhnya di tempat kerja di perusahaan yang sesuai dengan bidang MICE. Laporan Praktik Kerja dan dipresentasikan dalam ujian presentasi Praktik Kerja Lapangan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis yang melakukan praktik kerja di PT. Holograil Maju Bersama diharapkan dapat mencapai tingkat terampil dan siap menjadi tenaga kerja yang terampil di bidang keahlian MICE.

Terdapat masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Aktivitas Publikasi pada Vendor Photo Booth Event di PT. Holograil Maju Bersama

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami Aktivitas Publikasi pada Vendor Photo Booth Event di PT. Holograil Maju Bersama

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penulis melakukan penelitian di PT. Holograil Maju Bersama. Penelitian dilakukan pada tanggal 10 Agustus – 11 Desember 2020 berdasarkan waktu PKL yang ditentukan.

Objek Penelitian

Objek penelitian pada jurnal ini berfokus pada bagaimana aktivitas humas dalam melaksanakan Publikasi dan factor pendukung maupun penghambat PT. Holograil Maju Bersama.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data berdasarkan tektik observasi terhadap pelaksanaan event, metode wawancara dengan staff jejaring

dan kapasitas MICE, dan sekaligus menggunakan metode dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penulisan jurnal ini menggunakan analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:21) metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Publikasi Dalam Public Relations

Menurut Nova (2011:54) kegiatan publikasi yang dilakukan oleh seorang public relation officer, yaitu ;

1. Publisitas adalah penempatan berupa artikel, tulisan, foto, atau tayangan visual yang penuh nilai, berita baik karena luar biasa, penting, atau mengandung unsurunsur emosional, kemanusiaan dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap suatu tempat, orang atau suatu institusi yang biasa dilakukan oleh penerbitan umum.
2. Event (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye PR, seminar, pameran pertunjukan, dan lainlain. Hal ini berkaitan dengan penyusunan program acara yang dibedakan menjadi:
 - a. Calender event/reguler event (kegiatan rutin)

- b. Special event (kegiatan khusus yang dilakukan pada moment tertentu)
 - c. Moment event (kegiatan yang bersifat momentum)
3. News (pesan/berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung, informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapat respon positif.
4. Press release adalah informasi dalam bentuk tulisan yang dibuat oleh publik relation suatu organisasi/perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers/redaksi media massa (tv, radio, surat kabar, majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.
5. Penggunaan media baru informasi yang dikomunikasikan ke khalayak dengan menggunakan media internet seperti web, blog, dan sosial media.

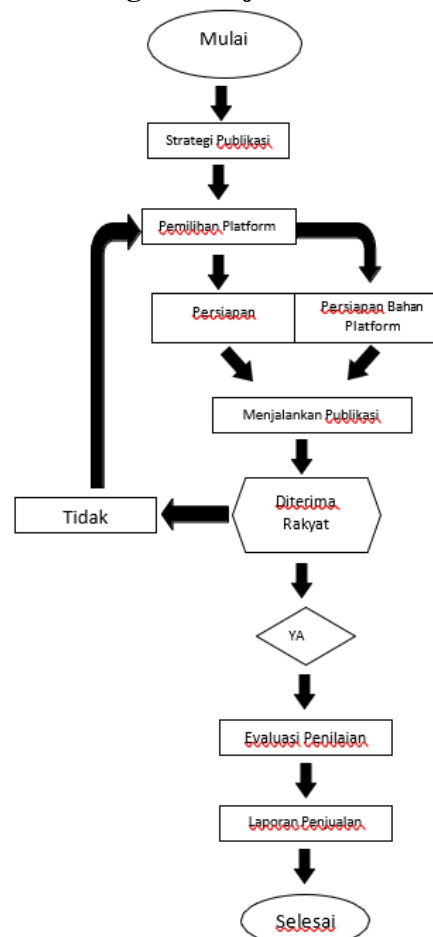
Temuan

Maraknya pandemi COVID-19 di tahun 2020 yang membatasi seluruh kegiatan yang menyangkut kontak antar manusia membuat ruang gerak industri event menjadi sangat terbatas. Penetapan social distancing, protokol kesehatan dan peniadaan kegiatan event yang bersifat tatap muka dan mengumpulkan orang membuat pelaku industri event harus mengubah metode kegiatannya. Tidak terkecuali aspek aspek pendukungnya, seperti vendor, partner, dan juga sponsor.

Aktivitas Humas dalam melaksanakan Publikasi sangat penting dikarenakan Humas merupakan tembok awal dari sebuah perusahaan. Untuk mencapai

perusahaan yang mempunyai citra yang baik dan perusahaan yang dikenal oleh public adalah Tugas Humas dalam perusahaan.

Flowchart Aktivitas Publikasi PT. Holograil Maju Bersama



Sumber: data diolah 2021

1. Strategi Publikasi

Strategi yang digunakan oleh PT. Holograil Maju Bersama meliputi internal relations dan external relations. Didalam internal relations Menyampaikan laporan tentang kegiatan dan rencana Public Relations yang dilakukan Mengadakan koordinasi dengan bagian lain dalam penyelenggaraan kegiatan – kegiatan perusahaan, dalam bentuk rapat Mengadakan komunikasi dan koordinasi

dengan para karyawan untuk mendukung aktivitas kelancaran kerja perusahaan. Didalam external relations Menjalain hubungan baik dengan media cetak maupun elektronik, Membina hubungan baik dengan pemerintah baik dalam lingkup department ataupun pemerintah daerah. Membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar, dan Menjalain hubungan baik dengan relasi perusahaan.

2. Pemilihan Platform

Platform yang dipilih oleh PT. Holograil Maju Bersama dalam melaksanakan aktivitas Publikasinya yaitu, Media Cetak, Media Sosial, Event (Pameran), dan Sponsorship.

3. Persiapan Platform

Persiapan yang dilakukan oleh PT. Holograil Maju Bersama untuk Media Publikasi Media Cetak yaitu, Melaksanakan meeting bersama tim Publikasi, Menyiapkan data informasi dan bahan - bahan yang akan di publish di media cetak, Mempersiapkan design yang akan digunakan untuk media cetak

Untuk media social, persiapan yang dilakukan Publikasi adalah Melaksanakan meeting bersama tim Publikasi, Menyiapkan data informasi dan bahan – bahan yang akan di publish di media social, Menyiapkan data e- mail untuk program e – mail blast, Mempersiapkan design yang akan digunakan untuk publish di Media Sosial, Mendaftar akun – akun social media seperti Instagram, Youtube, Website dan E-mail, Mendata dan mencari kontak Influencer Sosial Media salah satunya

Instagram, Membuat Kontrak kerja untuk *Influencer*.

Persiapan untuk media Publikasi selanjutnya yaitu Event adalah, Menganalisis event yang akan diikuti (riset peserta, calon pengunjung, target market dalam event tersebut, dsb), Menyiapkan media publikasi yang akan diberikan ke Pengunjung Event (brosur, flyer, daftar harga, promo, dll), Menyiapkan press release untuk media.

Persiapan untuk media Publikasi sponsorship yang dilakukan PT. Holograil Maju Bersama yaitu, Mendata dan menganalisis Event/acara yang akan di Sponsor oleh PT. Holograil Maju Bersama, Memikirkan value yang akan didapat dari event/acara yang akan didapat, Mempersiapkan media cetak yang akan diberikan pada saat PT. Holograil Maju Bersama menjadi sponsor pada event, Membuat kontrak kesepakatan antara pengada acara dan PT. Holograil Maju Bersama

4. Menjalankan Publikasi

Dalam menjalankan Publikasi, dalam Media Cetak yaitu Brosur dalam PT. Holograil Maju Bersama digunakan sebagai Media Cetak yang bertujuan untuk memasarkan produk, Brosur biasanya diberikan kepada Customer pada saat PT. Holograil Maju Bersama mengikuti sebuah Event. Lalu, Company Profile berisikan profil dari perusahaan PT. Holograil Maju Bersama Company profile digunakan untuk diberikan kepada perusahaan lain yang berniat untuk bekerja sama dengan PT. Holograil Maju Bersama. Dan dibuatnya Kartu Nama berisikan contact yang dapat dihubungi oleh customer apabila tertarik untuk

menyewa photo booth Theholograil. Kartu nama juga bisa digunakan untuk diberikan kepada perusahaan yang ingin bekerja sama dengan PT. Holograil Maju Bersama.

Dalam menjalankan Publikasi dengan Media Platform Sosial Media, Didalam media social Instagram, digunakan untuk posting video dan photo dari hasil – hasil produk, promo produk, dan testimoni dari para customer. Lalu, memantau influencer dalam mempublikasi Produk Theholograil, serta menggunakan Instagram ads yang ada di Instagram dalam mempublikasikan produknya agar lebih banyak dikenal oleh public dan dijangkau oleh se masyarakat luas. Website digunakan untuk mempublikasikan produk, harga, dan contact person PT. Holograil Maju Bersama agar pengguna website langsung bisa reach PT. Holograil Maju Bersama, Tim Publikasi PT. Holograil Maju Bersama mempublikasikan produk pada YouTube dengan cara memposting video hasil event – event yang dijalankan oleh PT. Holograil Maju Bersama agar masyarakat luas bisa melihat proses dan hasil dari produk Photo Booth PT. Holograil Maju Bersama. Dan Dalam mendukung kelancaran Public Relations untuk melakukan pendekatan dengan calon customer, Public Relations mengadakan program e- mail blast yang berguna untuk memberikan informasi terbaru tentang perusahaan seperti program – program (promo) apa yang sedang berlangsung, event – event yang akan dan sedang diselenggarakan serta tempat pameran yang sedang berlangsung. E- mail blast dilakukan setiap bulannya oleh Tim Humas.

Dalam menjalankan Publikasi melalui Platform Event, Media publikasi PT. Holograil Maju Bersama dilakukan dengan mengikuti event pameran, agar masyarakat bisa melihat dan merasakan secara langsung proses Photo booth dan mendapatkan produk Theholograil secara gratis. Event pameran diikuti oleh PT. Holograil Maju Bersama juga bertujuan agar membangun Brand awareness public terhadap Theholograil. Publikasi dilakukan secara memberikan flyer dan brosur kepada customer pengunjung pameran tersebut.

Media Publikasi selain mengikuti event, PT. Holograil Maju Bersama juga turut menjadi Sponsorship dalam event. Dengan menjadi sponsor pada event tersebut, PT. Holograil Maju Bersama mendapatkan benefit dari pengada event, seperti mendapatkan booth. Dengan menjadi sponsor pada event, Publikasi mencoba untuk membangun brand awareness dari masyarakat. Sama halnya dengan mengikuti event, Tugas publikasi dalam Sponsor juga mengenalkan dan memasarkan produk ke masyarakat luas. Masyarakat dengan adanya Theholograil di event, mereka bisa melihat langsung dan merasakan sensasi dari photo booth Theholograi secara langsung.

5. Evaluasi Penilaian

Setelah melakukan proses publikasi, tahap terakhir yaitu mendapat evaluasi penilaian dari masyarakat. Apabila penilaian dari masyarakat memuaskan, berarti lanjut ke step selanjutnya yaitu membuat laporan hasil publikasi, tetapi apabila masyarakat tidak menyukai strategi publikasi yang digunakan oleh PT. Holograil Maju Bersama, maka Tim Humas harus mengganti strategi



Publikasi menjadi yang lebih diminati oleh masyarakat.

6. Laporan Penjualan Hasil Publikasi

Setelah dilakukan proses publikasi, tim publikasi membuat laporan hasil Publikasi, apakah sebelum dan sesudah diadakannya Strategi Publikasi, hasil penjualan dari PT. Holograil Maju Bersama meningkat atau menurun. Laporan dikerjakan setiap minggunya dan melihat perkembangannya.

Pembahasan

Dapat dilihat dari temuan yang ada bahwa kegiatan publikasi yang dilakukan oleh seorang public relation officer beberapa kegiatan sudah sesuai Publikasi Menurut Nova (2011:54).

Kegiatan pertama, Publisitas, kegiatan Humas dalam PT. Holograil Maju Bersama sudah sesuai dengan prosedur, hal ini dapat dilihat dari Media Cetak dan Media Sosial yang dibuat oleh PT. Holograil Maju Bersama yang bertujuan untuk untuk memusatkan perhatian terhadap suatu tempat, orang atau suatu institusi yang biasa dilakukan oleh penerbitan umum.

Kegiatan kedua, Event, dalam hal ini PT. Holograil Maju Bersama berpartisipasi dengan Event Pameran yang bertujuan untuk mengenalkan produk PT. Holograil Maju Bersama secara langsung ke khalayak banyak.

Kegiatan ketiga, News, diterapkan pada PT. Holograil Maju Bersama berupa berita yang diinformasikan oleh Media Partner bertujuan agar informasi dapat diterima oleh khalayak dan mendapat respon positif.

Prosedur keempat, press release, diterapkan oleh Publikasi PT. Holograil Maju Bersama bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan benar adanya yang dibuat oleh tim Publikasi PT. Holograil Maju Bersama dengan berdasarkan fakta.

Prosedur kelima, Penggunaan media baru informasi yang dikomunikasikan ke khalayak dengan menggunakan media internet seperti web, blog, dan sosial media diterapkan dalam Publikasi PT. Holograil Maju Bersama.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan publikasi yang dilakukan oleh seorang public relation officer, dapat dilihat bahwa pelaksanaan Publikasi pada PT. Holograil Maju Bersama secara garis besar sudah sesuai dengan prosedur. Aktivitas Public Relations sangatlah penting dalam kelancaran suatu perusahaan, guna membuat citra baik dan hubungan antar internal maupun external dapat terjalin dengan baik dan membangun brand awareness perusahaan kepada khalayak banyak.

SARAN

Dari pembahasan yang sudah dipaparkan, saran yang dapat diberikan kepada Humas PT. Holograil Maju Bersama yaitu Penulis menyarankan Tim Publikasi untuk terus mengikuti media platform social media maupun sponsorship dikarenakan Media tersebut mudah untuk membangun brand awareness masyarakat pada produk PT. Holograil Maju Bersama.

DAFTAR PUSTAKA



Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.