



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan keindahan alam dan juga memiliki banyak objek wisata yang dapat dikunjungi. Hal ini juga berpengaruh dengan letak Indonesia yang memang strategis, yaitu di antara dua benua yaitu benua Asutralia dan benua Asia, dan di antara dua samudra yaitu Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Sehingga membuat negara Indonesia menjadi pusat perdagangan dunia.

Karena merupakan salah satu pusat perdagangan dunia dan kaya akan objek wisata maka membuat banyak wisatawan-wisatawan yang datang ke Indonesia untuk berlibur. Menurut World Economy Forum, Indonesia telah ditempatkan ke dalam indeks daya saing di dalam dunia kepariwisataan dan saat ini telah berada dalam urutan ke tujuh puluh di dunia, kedua belas di kawasan Asia Pasifik dan urutan ke empat di kawasan ASEAN setelah Singapura, Malaysia dan Thailand (<http://www.suarapembaruan.com/home/indonesia-perlu-merebut-pasar-wisatawan-asean/55225> diakses Selasa 16 September 2014, pukul 20.21).

Melihat situasi di atas, sektor pariwisata Indonesia akan semakin berkembang dan tidak hanya bisnis pariwisata saja yang berkembang, namun bisnis pelayanan jasa seperti perhotelan juga akan ikut berkembang apabila jumlah permintaan dari sektor pariwisatanya meningkat.

Seperti yang dilansir dalam Kompas (12/9/2014) lalu, menurut laporan STR Global, kini Jakarta telah menguasai pembangunan hotel di kawasan Asia Pasifik selama Agustus 2014 dan kini telah membangun sebanyak 15.896 kamar hotel. Disamping itu, *account executive* dari SRT Global, Christy Megawati juga

memperjelas bahwa hingga Juni 2014, jumlah kamar hotel di Indonesia secara keseluruhan adalah sebesar 149.356 kamar. Dari total kamar tersebut, sebesar 35% tersebar di *upscale class*, 27% di *midscale & economy classes*, 15% di *upper upscale class*, 13% di *upper midscale class*, dan 10% di *luxury class*. (<http://properti.kompas.com/index.php/read/2014/09/13/211708921/Jakarta.Membangun.Hotel.Terbanyak.di.Asia.Pasifik>, diakses 30 September 2014, pukul 22.37)

Melihat penjabaran fakta mengenai kenaikan jumlah kamar yang disediakan oleh para pengembang property khususnya di bidang jasa perhotelan ini, memang sejalan dengan data statistik yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik. Berikut adalah data perbandingan penghuni tahun 2013 dan 2014.

Tingkat Perbandingan Penghunian Kamar pada Hotel Bintang tahun 2013 dan 2014

Provinsi	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Aceh	38.42	35.61	36.26	43.89	41.73	48.25	47.43
Sumatera Utara	38.17	37.14	43.18	42.00	43.71	41.14	41.57
Sumatera Barat	42.68	40.87	43.15	46.89	49.64	50.89	45.80
Riau	36.24	34.61	37.99	46.74	38.25	39.26	44.04
Jambi	40.34	48.57	42.40	44.79	44.94	41.25	43.69
Sumatera Selatan	38.62	47.78	44.12	42.41	46.52	43.46	47.65
Lampung	45.41	47.94	70.88	58.83	55.88	54.09	58.53
Kep. Bangka Belitung	32.57	36.51	35.02	41.31	39.48	42.65	43.12
Kepulauan Riau	45.98	47.28	51.23	47.70	56.64	47.16	49.16
DKI Jakarta	51.98	53.55	56.89	54.67	57.76	57.32	58.60
Jawa Barat	39.45	40.48	41.29	43.54	47.49	47.00	46.83
Jawa Tengah	43.88	42.29	44.74	41.09	48.47	41.13	48.17
DI Yogyakarta	50.12	52.38	46.68	47.33	52.42	51.71	53.36
Jawa Timur	41.72	47.82	40.97	46.57	45.43	48.21	50.99
Bali	57.57	57.76	58.05	59.13	60.12	59.87	58.21
Nusa Tenggara Barat	36.34	38.71	40.93	38.60	46.16	44.12	45.24
Kalimantan Barat	48.06	43.72	48.73	53.52	57.84	50.37	51.18
Kalimantan Selatan	43.90	43.85	43.25	45.40	51.08	46.99	50.01
Kalimantan Timur	53.61	56.83	52.08	56.05	50.40	64.47	55.82
Sulawesi Utara	46.25	43.93	49.58	43.73	50.18	55.46	42.71
Sulawesi Tengah	47.47	47.04	64.04	47.38	77.76	60.45	72.93
Sulawesi Selatan	34.09	39.82	45.43	41.79	47.04	47.83	45.03
Sulawesi Tenggara	39.17	29.91	45.01	40.37	52.51	45.69	58.64
Total	46.51	46.98	49.18	48.81	52.20	51.29	51.88

NB : untuk 2013

untuk 2014

Tabel 1.1 Tingkat Perbandingan Penghuni Kamar Hotel Bintang tahun 2013 dan 2014

Sumber: Badan Pusat Statistik 2014

Tabel di atas jelas menunjukkan adanya kenaikan dan juga penurunan tingkat hunian di hotel periode Januari hingga Juli tahun 2013 dan 2014. Namun rata-rata dari tabel juga menunjukkan bahwa tidak hanya di daerah DKI saja yang jumlah huniannya meningkat, tapi di hampir seluruh Indonesia hampir mengalami kenaikan, tidak terkecuali di kota Tangerang. (http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=16¬ab=3, diakses Minggu 12 Oktober 2014, pukul 15.15).

Industri perhotelan di Tangerang juga tengah mengalami kenaikan, kepada kompas.com, Direktur Utama PT. Summarecon Agung Tbk, Johannes Mardjuki pernah mengatakan bahwa bisnis fasilitas akomodasi di Tangerang punya prospek bagus. Tingkat huniannya di atas 90 persen. (<http://properti.kompas.com/read/2014/06/12/1129070/Makin.Sengit.Soll.Marina.Bangun.Kawasan.Komersial.Baru.di.Tangerang>, diakses Minggu 12 Oktober 2014, pukul 19.53).

Hingga saat ini, di BSD sendiri sudah dibangun Hotel Santika, hotel bintang tiga yang dikelola oleh Grup Kompas Gramedia, hotel bintang empat Aston Paramount Serpong juga sudah beroperasi di kawasan perumahan Gading Serpong dan dalam satu tahun kedepan di kawasan yang sama akan dibangun Hotel Neo (hotel bintang tiga) dan Fave Hotel (hotel bintang dua) yang akan dikelola oleh Aston International.

Di Kabupaten Tangerang, sejak lama beroperasi Hotel Aryaduta yang dikelola Grup Lippo yang merupakan hotel berbintang pertama yang dibangun di Banten sejak tahun 1990-an.

Berangkat dari fakta di atas, penulis menyadari bahwa industri perhotelan membutuhkan seorang praktisi Public Relations untuk turut berperan dalam mengembangkan dan mempertahankan kedudukan sebuah hotel di kawasannya. Menurut Cutlip, Center and Broom (2006: 6) Public Relations adalah fungsi

manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Disamping itu, menurut *The British Institute of Public Relations* dalam Rosady Ruslan, (2010: 15) menyatakan bahwa aktivitas Public Relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya. Praktiknya adalah memikirkan, merencanakan, menjaga dan memelihara pengertian yang sama antara organisasi dan publiknya.

Berdasarkan pengertian Public Relations di atas, maka dapat dikatakan bahwa praktisi Public Relations memang memiliki fungsi yang strategis. Cutlip, Center dan Canfield (1982) dalam Rosady Ruslan (2010: 19) merumuskan fungsi Public Relations sebagai (1) menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai bersama, (2) membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasarannya, (3) mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya. (4) menciptakan komunikasi dua arah dan timbal balik, mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya dan sebaliknya.

Hotel Aryaduta Lippo Village merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan sudah beroperasi selama dua puluh tahun lamanya. Hotel Aryaduta Lippo Village sendiri merupakan satu-satunya hotel bintang lima dikawasan Tangerang Selatan.

Melihat perkembangan industri perhotelan pada zaman sekarang menjadi alasan utama penulis untuk melakukan praktik kerja magang di Hotel Aryaduta Lippo Village karena penulis ingin melihat aktivitas apa saja yang dilakukan oleh seorang praktisi Public Relations Hotel Aryaduta Lippo Village untuk mempertahankan eksistensi selama dua puluh tahun ini.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Proses kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan yang harus dilewati oleh seluruh mahasiswa dan mahasiswi semester tujuh, Universitas Multimedia Nusantara. Untuk itu maka penulis melakukan praktik kerja magang ini, disamping itu juga sebagai salah satu bahan pembelajaran dan penerapan teori-teori yang telah didapat selama proses perkuliahan enam semester di dunia industry. Sehingga, tujuan dilakukannya praktek kerja magang ini adalah :

1. Untuk mengetahui peran apa saja yang dilakukan praktisi Public Relations di dunia perhotelan, khususnya untuk Hotel Aryaduta Lippo Village.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk mengawali praktek kerja magang, maka penulis telah melalui beberapa proses hingga akhirnya dapat memulai kerja magang di Hotel Aryaduta Lippo Village. Berikut ini adalah kilasan mengenai beberapa proses yang telah dijalankan.

Dikarenakan sejak awal penulis memang tertarik dengan dunia perhotelan, maka penulis hanya mencari informasi-informasi perhotelan yang membuka kesempatan untuk melakukan praktek kerja magang. Setelah mendapatkan beberapa nama hotel, termasuk didalamnya Hotel Aryaduta Lippo Village, maka penulis mulai menyusun beberapa berkas seperti *curriculum vitae*, *application letter*, surat pengantar dari Universitas Multimedia Nusantara, dan transkrip nilai.

Setelah selesai menyusun berkas-berkas yang diperlukan, akhirnya penulis mulai mengirimkannya ke hotel-hotel dengan menggunakan *e-mail*. Setelah mengirimkan berkas-beras tersebut, maka penulis mulai mem-*follow-up* hotel-hotel yang penulis kirim, agar pihak hotel dapat mengecek *e-mail* tersebut.

Tidak lama setelah itu, pihak *HRD (Human Resources Department)* dari Hotel Aryaduta Lippo Village memberikan balasan dengan menggunakan *e-mail* untuk menginformasikan jadwal *interview*. Setelah jadwal *interview* telah ditetapkan, penulis datang ke hotel untuk memenuhi panggilan *interview* tersebut dan penulis harus melalui tiga kali proses *interview*. Yang pertama *interview* dilakukan bersama dengan *HRD (Human Resources Department)*, yang kedua bersama dengan *Assistant Sales&Marketing Department* dan yang terakhir bersama dengan *Head of Sales&Marketing Department*.

Interview dilakukan bersama dengan *Sales&Marketing Department* karena posisi seorang *Public Relations* di Hotel Aryaduta Lippo Village sendiri masuk ke dalam *Sales&Marketing Department*.

Setelah melewati proses *interview* tersebut, beberapa hari kemudian penulis diberi kabar dengan menggunakan *e-mail* bahwa penulis telah di terima dan diizinkan untuk melakukan praktek kerja magang sebagai seorang *Public Relations Officer* di Hotel Aryaduta Lippo Village.

Tahap terakhir yang dilalui oleh penulis adalah meng-*capture e-mail* yang berisikan bukti penulis telah diterima di Hotel Aryaduta Lippo Village dan memberikan kepada pihak kampus untuk di proses dan mengambil kartu magang.

1.3.2 Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan praktek kerja magang dilakukan selama tiga bulan, dimulai sejak 7 Juli 2014 hingga 7 Oktober 2014. Jam kerja yang dijalankan penulis sesuai dengan jam kerja *Sales&Marketing Departement* Hotel Aryaduta Lippo Village, yaitu sebagai berikut :

Hari : Senin-Jumat

Jam : 08.30-17.30 WIB