



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

Pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia pada tahun 2015 memiliki kenaikan yang signifikan. Hal tersebut didukung oleh data yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Data tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan pariwisata Indonesia pada tahun 2015 adalah sebesar 7.2% atau di atas pertumbuhan pariwisata dunia yaitu 4.4%. data tersebut juga menunjukkan bahwa selama periode tahun 2015, terdapat kunjungan dari wisatawan mancanegara ke Indonesia sebesar 10.406.759 sumber tersebut di lansir dari www.suara.com/bisnis/2016/02/02/011437. Dari angka tersebut, diperkirakan perolehan devisa mencapai Rp 163 triliun.

Kota Bandar Lampung merupakan pusat segala kegiatan aktifitas baik ekonomi, bisnis, perdagangan dan industri. Kota Lampung dimungkinkan menjadi kota modern sehingga memerlukan fasilitas-fasilitas pendukung yang modern termasuk sarana akomodasinya. Salah satu akomodasi yang dibutuhkan diantaranya adalah sarana penginapan atau hotel. Sektor perhotelan di Lampung masih sangat potensial dikembangkan dan dapat menjadi salah satu sektor bisnis yang sangat menguntungkan. Keberhasilan operasional hotel ditentukan oleh lokasi dimana hotel tersebut ditempatkan. Untuk itu, hotel direncanakan terletak di daerah pusat terutama pada jalur-jalur utama kota.

Salah satu contoh hotel yang telah ada di pusat kota Lampung adalah Hotel Novotel. Letaknya yang dinilai strategis dan memiliki fasilitas-fasilitas yang cukup menunjang sebagai hotel berbintang dapat menarik minat pengunjung untuk menginap ataupun sekedar menikmati fasilitas yang dimiliki hotel. Novotel dapat menjadikan dirinya sebagai hotel yang cukup memuaskan pengunjung. Sebab, dengan statusnya sebagai hotel berbintang, Novotel tentunya telah memiliki standarisasi pelayanan kepada pengunjungnya. Novotel memiliki pemandangan pantai di bagian

Selatan Pulau Sumatera, hotel modern yang terletak tepat di pusat kota Bandar Lampung. Novotel Lampung Hotel sempurna untuk keperluan bisnis dan liburan wisatawan. Dengan gaya penampilan khusus, fasilitas dan pelayanan terbaik, tidak mengherankan bahwa Novotel Lampung Hotel adalah pilihan yang terbaik.

Hotel Novotel sangat cocok untuk kunjungan bisnis ataupun liburan. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan dalam suatu negara yang memiliki peran penting baik dari perannya membangun perekonomian suatu negara maupun perannya dalam mengharumkan nama suatu bangsa di mata dunia akan keeksotisan yang dimilikinya. Perhotelan pada era globalisasi ini sudah semakin berkembang, tidak hanya diperuntukan pada usaha jasa pelayanan yang melayani keperluan perjalanan seseorang atau kelompok ke destinasi wisata tetapi saat ini perhotelan diperuntukan juga kepada para pembisnis. Tidak dapat dipungkiri tingkat kebutuhan hotel bagi para pembisnis meningkat dibandingkan wisatawan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari pendapat seorang *General Manager* Hotel ternama yaitu Bapak Lalu Aswadi Jaya selaku *General Manager* Hotel Novotel Lampung “ Saat ini *concern* kami kepada para pembisnis dikarenakan jangka waktu *high season* lebih singkat daripada *low season*, sehingga kami lebih mengutamakan ketika *low season* karena jangka waktunya lebih panjang. Jadi ketika *low season* hotel kami tetap mendapatkan *profit*”. Industri perhotelan memang memiliki prospek yang menjanjikan. Apalagi Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki banyak daerah wisata yang mengagumkan dan memiliki pesona dan daya tarik tersendiri. Memang sebuah kenyataan bahwa potensi wisata di Indonesia sudah tidak diragukan lagi baik bagi para pecinta traveling lokal maupun mancanegara. Banyak tempat pariwisata yang sangat menarik untuk dikunjungi baik pantai, keindahan alam, ragam kebudayaan, kerajinan dan masih banyak lagi yang dapat dikunjungi.

Cutlip (2006: 6) Public Relations sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan

organisasi tersebut. Dalam rangka mempengaruhi kesuksesan organisasi, khususnya pada dunia perhotelan, *Public Relations* memiliki strategi jitu dalam rangka mencapai objektivitas perusahaan, termasuk tujuan dengan basis *profit*. Wujud kontribusi nyata yang kerap kali dilakukan oleh praktisi *Public Relations* pada industri perhotelan adalah melakukan aktivitas publikasi yang dapat dijadikan sebagai sarana bagi praktisi *Public Relations* untuk dapat membangun upaya komunikasi dengan *stakeholders* perusahaan. Hasil akhir yang dituju adalah kondisi dimana seseorang, biasanya konsumen menyadari keberadaan sebuah brand.

Laermer (2009: 13) mendefinisikan publisitas sebagai sesuatu yang sangat mempengaruhi apa yang kita pikirkan, bicarakan, dan baca. Publisitas merupakan informasi yang ruang – ruang pemberitaan atau penayangannya tidak memerlukan pembayaran, namun disaat yang bersamaan informasi tersebut tidak bisa dikontrol oleh individu atau perusahaan yang mengeluarkan informasi tersebut. Sebagai hasilnya, informasi tersebut dapat mengakibatkan terbentuknya citra, mempengaruhi orang banyak dan dapat memunculkan hasil dan tindakan baik menguntungkan maupun merugikan ketika informasi tersebut dipublikasikan.

Ketika berbicara mengenai publikasi, maka erat hubungannya dengan media sebagai medium bagi praktisi *Public Relations* dalam melakukan suatu publisitas. Hal ini dikarenakan media merupakan pihak ketiga yang dinilai kredibel dalam menyampaikan suatu pemberitaan ataupun informasi tertentu mengenai suatu hasl. Tujuan utama dari dilakukan publisitas adalah dengan tujuan untuk menciptakan *awareness* dari publik akan perusahaan atau organisasi.

Sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa hasil yang diperoleh dari publisitas dapat membawa keuntungan ataupun kerugian bagi pihak ataupun produk yang dipublikasikan, dengan demikian *Public Relations* membutuhkan *strategi media Relations* yang baik agar hasil dari publikasi yang diterima dapat membantu pembentukan citra positif atas perusahaan sehingga tujuan *marketing* dapat tercapai sebagai

output akhir. Tidak hanya mengedepankan tampilan produk dan kualitas pelayanan yang baik, namun suatu perusahaan ataupun organisasi turut membutuhkan relasi dengan media yang didefinisikan sebagai aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu maupun profesi humas suatu organisasi, untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa, dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang menurut Nova (2009, h. 208)

Melihat kontribusi *Public Relations* yang kian efektif dalam mencapai objektivitas perusahaan, tidak mengherankan apabila sejumlah hotel turut mempercayakan kontribusi *Public Relations* dalam serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan, tidak terkecuali dengan Hotel Novotel Lampung yang merupakan hotel berbintang empat yang baru diresmikan pada tahun 2013. Sebagai salah satu city hotel yang terletak pada kawasan Teluk Betung, tantangan bagi Novotel adalah untuk dapat bersaing dengan berbagai hotel lainnya, baik yang berada pada kawasan Teluk Betung, maupun yang berada di kawasan Radin Intan, sebagai kota yang menjadi *central* bisnis. Di awal kehadirannya, Novotel Lampung memiliki lima pesaing tangguh, yaitu, Horison, Anugerah, Amalia, Sheraton dan Aston.

Aktivitas *Public Relations* Novotel Lampung dijalankan oleh dua divisi dari total tiga divisi yang tergabung dalam Departemen Sales and Marketing yaitu *sales* dan *marketing*. Divisi *marketing* terdiri atas *Public Relations* dan juga seorang *graphic design*. Adapun aktivitas *Public Relations* yang dijalankan oleh divisi *sales* adalah customer Relations, marketing communications, dan event management. Sedangkan, staff *Public Relations* berfokus pada aktivitas media Relations, event & sponsorship, marketing *Public Relations* dalam online *Public Relations*, yang mana keseluruhan dari aktivitas tersebut dilakukan dengan tujuan untuk melakukan publikasi. Kemudian staff *graphic design* disini bertugas untuk membuat media promosi berdasarkan konten promosi yang dibuat oleh *Public Relations*. Pada saat yang bersamaan *Public Relations* dan juga sales turut memiliki lingkup kerja yang sama yaitu customer Relationship management.

Kompleksitas persaingan bisnis pada industri perhotelan merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh Departemen Sales and Marketing. Kedudukan penulis sebagai karyawan magang adalah turut membantu internal departemen pada serangkaian lingkup kerja *Public Relations* yang dilakukan oleh masing – masing individu yang tergabung di dalamnya, tidak hanya pada hal – hal yang bersifat taktis, namun penulis turut dilibatkan pada serangkaian aktivitas pengambilan keputusan. Tujuan akhir yang hendak dicapai tentunya untuk meraup pangsa pasar dan dapat memenangkan persaingan bisnis, dimana penerimaan profit merupakan salah satu indikator penentu.

Posisi Novotel Lampung sebagai hotel baru di tengah maraknya fenomena persaingan bisnis pada industri perhotelan merupakan alasan utama bagi penulis dalam memilih Novotel Lampung sebagai tempat dimana penulis melakukan praktik kerja magang. Kuantitas sumber daya manusia di Novotel Lampung berada pada posisi dimana perusahaan membutuhkan karyawan magang dalam membantu menyelesaikan pekerjaan yang ada, dengan demikian penulis ditempatkan pada posisi yang strategis sehingga proses pembelajaran mengenai praktik nyata dari penerapan ilmu *Public Relations* pada industri perhotelan dapat tersalurkan dengan maksimal.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari praktik kerja magang yang dijalani penulis adalah untuk :

1. Mengetahui kedudukan, peran serta fungsi dari *Public Relations* pada industri perhotelan, khususnya di Hotel Novotel Lampung.
2. Mengetahui strategi publisitas dari *Public Relations* Novotel Lampung dalam melakukan upaya promosi
3. Mengetahui serangkaian taktik dari Departemen Sales and Marketing Novotel Lampung dalam membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berbeda dengan beberapa perusahaan industri perhotelan pada umumnya menetapkan periode kerja magang selama enam bulan. Namun atas kebijakan dari Training Coordinator, penulis diperkenankan untuk menempuh periode magang selama dua bulan yang dimulai dari tanggal 1 Juli 2015 sampai dengan 31 Agustus 2015, yang mana tanggal terlampir termasuk hari Sabtu . Sebelum melakukan praktik kerja magang, terdapat beberapa prosedur administratif yang perlu dilakukan peserta magang sesuai dengan ketetapan dari Universitas Multimedia Nusantara dan Hotel Novotel Lampung.

Bermulai dari pengajuan pembuatan Form KM-01 yang merupakan surat pengantar kerja magang dari universitas kepada bagian administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara sebagai bekal bagi peserta magang untuk mengajukan permohonan praktik kerja magang kepada perusahaan atau institusi yang diminati. Pada tanggal 9 Juni 2015 penulis mengajukan Curriculum vitae (CV) dan Application Letter dari pihak Universitas Multimedia Nusantara kepada beberapa perusahaan termasuk Hotel Novotel Lampung, karena penulis berasal dari Lampung. Di tanggal 22 Juni 2015 penulis mendapatkan panggilan dari perusahaan melalui telepon oleh pihak Human Resources Departemen (HRD) Novotel Lampung, karena penulis masih berada di Gading Serpong untuk kebutuhan perkuliahan, sehingga diputuskan oleh pihak Novotel Lampung atas persetujuan penulis yaitu tanggal 29 Juni 2015 untuk kebutuhan interview.

Pada hari Senin, 29 Juni 2015 penulis datang ke Novotel Lampung untuk menghadiri interview yang telah dijanjikan sebelumnya. Setelah sampai disana penulis langsung bertemu dengan HRD Novotel Lampung yaitu Ibu Sulis. Proses berlanjut ketika penulis dipersilakan untuk mengisi sebuah formulir dengan format seperti Curriculum vitae (CV). Usai mengisi formulir tersebut, penulis diperkenankan masuk dalam ruangan Manager HRD yang bernama Pak Doddy untuk menjalankan proses interview. Sejalan dengan pendidikan yang di tempuh, penulis di tempatkan di dalam Departemen Sales and Marketing, yang mana staff Marketing Communcation merupakan bagian dari departemen terkait. Tahap interview

pertama yang dilakukan oleh pihak HRD telah selesai, dilanjutkan interview tahap kedua dengan Head of Departemen (HOD) dari departemen Sales and Marketing yang bernama Pak Trison. Hingga akhirnya penulis diterima sebagai anak magang yang biasa disebut Trainee pada industri perhotelan dan diputuskan penulis dapat memulai magang pada tanggal 1 Juli 2015. Setelah itu penulis kembali keruangan HRD dan dijelaskan beberapa peraturan dan jam kerja yang akan ditempuh penulis selama magang di Novotel Lampung, selain itu penulis juga diberikan name tag dan sebuah kartu free parkir. Setelah itu penulis diberikan form peraturan kerja magang yang wajib dibaca terlebih dahulu sebelum di tanda tangani, yang mana dalam salah satu poin di jelaskan bahwa penulis menjalankan aktivitas magang selama hari kerja yaitu terhitung senin hingga sabtu, dimulai dari pukul 08.00WIB dan diakhiri pada pukul 17.00WIB .

Selanjutnya sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara setelah berselang 2 bulan kerja magang. Pihak Hotel Novotel Lampung memberikan sertifikat menyatakan bahwa penulis telah diterima kerja magang yang kemudian diserahkan oleh penulis kepada badan administrasi akademik dan kemahasiswaan (BAAK) Universitas Multimedia Nusantara. Kemudian, proses ini diakhiri dengan berakhirnya masa kerja magang dan dilanjutkan dengan pengumpulan kerja yang disusun setelah masa praktik kerja magang.

UMMN