



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

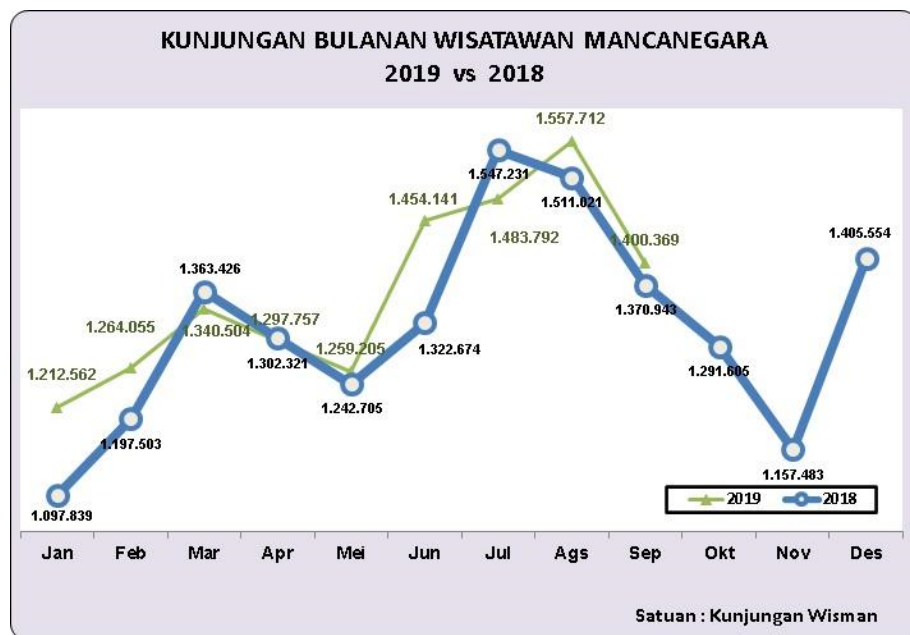
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Industri pariwisata di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan. Kementerian pariwisata mencatat pada bulan September 2019 jumlah wisatawan mancanegara adalah 1.557.712 kunjungan dan mengalami peningkatan sebesar 3,09% dibandingkan dengan periode yang sama pada bulan September 2018 yang berjumlah 1.511.021 kunjungan.

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara 2019 vs 2018



(sumber: <http://www.kemenpar.go.id/>)

Industri pariwisata yang semakin meningkat, membuat persaingan dalam industri pariwisata semakin ketat khususnya dalam bisnis perhotelan di Indonesia. Berbanding terbalik dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang mengalami peningkatan, tingkat penghunian kamar pada tahun 2019 mengalami penurunan yang cukup signifikan, yaitu 0,57% disbanding dengan tahun 2018 (Sumber: liputan6.com, 2020, para. 1). Penurunan ini membuat bisnis perhotelan saling berlomba – lomba untuk meningkatkan loyalitas

para pengunjung agar tetap mau menjadikan pilihan utama saat ingin menginap.

Event merupakan salah satu alat untuk meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap perusahaan. Fungsi utama dari *events* adalah untuk memberikan perusahaan terutama hotel berpeluang untuk meningkatkan pangsa pasar pariwisata. *Event* yang baik harus mendapatkan *media coverage* yang baik juga, oleh sebab itu dibutuhkan *media relations* yang baik. Menurut Bland, dkk (2005,h.1-2) dengan menggunakan *media relations* secara efektif, *public relations* tidak hanya akan meningkatkan reputasi perusahaan mereka saja, tetapi juga diri reputasi individunya sendiri, dan membangun hubungan kerja yang baik dengan jurnalis di kemudian hari. Pernyataan tersebut berpendapat, bahwa dengan adanya *media relations* yang baik akan menghasilkan publikasi mengenai perusahaan secara gratis, dan meningkatkan *awareness* dan loyalitas terhadap perusahaan.

Dalam meningkatkan loyalitas pengunjung, perhotelan harus memberikan kesadaran merek/*awareness* kepada para pengunjung agar hotel tersebut dapat menjadi pilihan utama dalam memilih tempat penginapan. Lalu, Kotler dan Keller (2016, h. 324) menyatakan, *brand equity* adalah nilai tambah yang diberikan kepada produk atau layanan dari konsumen. *Brand equity* tercermin dari konsumen dalam berpikir, merasakan, dan bertindak sehubungan dengan *brand*, serta dalam harga, pangsa pasar, dan profitabilitasnya

Kristal Hotel merupakan salah satu bisnis perhotelan yang terletak di Jakarta, Kristal Hotel sendiri menyediakan beberapa fasilitas seperti penginapan, restoran, ruangan untuk *meeting*, dan lain-lain. Melihat penurunan tingkat penghunian kamar di Jakarta, Kristal Hotel juga menggunakan fungsi *public relations* untuk meningkatkan loyalitas pengunjungnya terhadap bisnisnya agar mengurangi dampak dari penurunan tingkat penghunian kamar.

Dalam meningkatkan hunian hotel, Kristal Hotel mengadakan berbagai *event* untuk meningkatkan *awareness* dan loyalitas pengunjung

kepada hotel. *Event* yang diadakan Kristal Hotel guna mempromosikan hotelnya kepada publik dengan menikmati fasilitas yang ada pada hotel dan kelebihan yang bisa dirasakan oleh pengunjung secara langsung yang nantinya akan menghasilkan *experience* terhadap pengunjung sebagai bahan penilaian mengenai Kristal Hotel. Oleh sebab itu Kristal Hotel menggunakan *marketing event* dalam mempromosikan hotelnya. Dalam menjalankan *event*.

Penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di Kristal Hotel, karena penulis ingin melihat fungsi PR dalam industri perhotelan dan membandingkan peran PR pada industri perhotelan dengan PR pada *corporate*.

1.2 TUJUAN KERJA MAGANG

Dalam praktik kerja magang yang diwajibkan oleh pihak universitas kepada seluruh mahasiswanya untuk dapat terjun langsung dalam dunia kerja atau lapangan sesuai dengan jurusannya masing – masing yang telah diambil sebelumnya. Praktik kerja magang dilaksanakan di Kristal Hotel dibawah divisi *Sales & Marketing*, praktik kerja magang yang dilakukan memiliki tujuan untuk :

1. Mengetahui pengelolaan dan aktivitas *event* di Kristal Hotel.
2. Mengetahui peran *media relations* dalam menunjang aktivitas *event* di Kristal Hotel.

1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Praktek kerja magang yang dilakukan di Kristal Hotel dari tanggal 1 Agustus 2019 - 31 Januari 2020. Waktu kerja yang diterapkan setiap hari Selasa-Jumat dari jam 08.30 – 17.30 WIB.

Peserta magang memiliki seorang mentor/ pembimbing lapangan, yaitu Flaviana Giovanni Natasha selaku *public relations* . Pada praktik kerja magang ini, peserta berada di dalam divisi *sales & marketing*. Peserta magang di Kristal Hotel umumnya membantu dalam kegiatan yang dilakukan *public relations* dalam hotel.

Berikut merupakan prosedur magang yang harus diikuti:

1. Mengajukan permohonan magang dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (Form KM-01) yang berisi tentang *detail* tempat yang akan dipilih untuk melakukan kerja magang, kemudian pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang akan diserahkan dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan ditujukan ke Kristal Hotel.
2. Mengajukan surat lamaran dan CV Kristal Hotel untuk dapat melakukan magang dengan periode yang ditentukan, disertai dengan surat pengantar kerja magang dari universitas.
3. Meminta surat keterangan dari Kristal mengenai telah diterima sebagai peserta magang di hotel tersebut. Surat tersebut ditandatangani oleh tim dari *Human Resources Development* Kristal Hotel, lalu diserahkan kepada sekretariat prodi dan juga BAAK.
4. Lalu, Prodi memberikan surat KM-02 dan BAAK memberikan KM-03 hingga KM-07.
5. Laporan magang yang sudah diterima dan disetujui oleh dosen pembimbing magang kemudian akan dipresentasikan dalam sidang magang.