



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 perhotelan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Dilansir dari MIX.co.id, pada tahun 2015 TripAdvisor melakukan penelitian untuk mengetahui jenis akomodasi dikalangan wisatawan. TripAdvisor melakukan penelitian dengan meninjau nilai rata-rata *review* yang diberikan oleh wisatawan. Hasilnya adalah wisatawan global lebih memilih jenis akomodasi *Bed&Breakfast* (B&B) dengan perolehan nilai 4,40 sedangkan untuk hotel hanya mendapat nilai 4,03. Namun dikalangan wisatawan Indonesia hal ini berbanding terbalik karena hasil nilai *review* untuk akomodasi jenis hotel sebesar 4,12 sedangkan untuk akomodasi jenis B&B mendapat nilai sebesar 4,09. Berdasarkan hasil penelitian ini semakin tinggi peringkat *review* akomodasi, semakin tinggi juga jumlah klik pada situs web. Dikutip dari publikasi yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik, pada tahun 2018 jumlah hotel yang terbanyak adalah hotel bintang 3 yaitu sejumlah 1.302 usaha atau sebesar 39,29% lalu diikuti oleh hotel berbintang 2 yaitu sejumlah 745 usaha (22,48%) dan selanjutnya pada peringkat ketiga ditempati oleh hotel bintang 4 yaitu sejumlah 682 usaha (17,28%).

Di daerah Tangerang sendiri industri perhotelan sedang berkembang secara pesat. Sejak 10 tahun terakhir sudah terdapat kurang lebih sekitar 15 hotel yang tersebar di BSD, Serpong, dan sekitarnya. Di daerah Gading Serpong sendiri terdapat beberapa hotel yang seringkali menjadi sasaran para wisatawan untuk berkunjung dan menginap. Salah satunya adalah Atria Residences Gading Serpong yang merupakan anak perusahaan dari PARADOR Hotels & Resort. Atria Residences Gading Serpong merupakan hotel bintang 4 dengan tipe kamar seperti apartemen dan mengunggulkan fasilitas ruang rapat serta menginap jangka panjang.

Komunikasi pemasaran atau biasa dikenal dengan nama *marketing communications* memiliki peran penting untuk melakukan pencitraan atas sebuah merk (Zaenal, A.M., 2016:5). Menurut Dr. Ulani Yunus dalam buku “Digital

Branding (Teori dan Praktik)” komunikasi pemasaran adalah interaksi untuk saling mengirimkan pesan tentang produk dan atributnya kepada target pasarnya sehingga terjadi pertukaran informasi antara kedua belah pihak. Elemen-elemen yang merupakan bagian dari komunikasi pemasaran meliputi *advertising*, *sales promotion*, *public relations*, *personal selling*, dan *direct marketing*. Divisi *marketing communications* tidak hanya terdapat pada perusahaan-perusahaan pada umumnya saja tetapi juga terdapat pada industri perhotelan. Biasanya divisi ini berada di bawah departemen *sales & marketing* atau berada di bawah divisi *public relations*. Dalam hal ini, divisi *marketing communications* yang ada di Atria Residences Gading Serpong berada di bawah departemen *sales & marketing*.

Divisi *marketing communications* yang berada di Atria Residences Gading Serpong berfokus kepada kegiatan *personal selling* dan *online PR* dari hotel tersebut. *Marketing communications* pada industri perhotelan memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk dan juga promosi yang ada di hotel tersebut. Selain itu tim *marketing communications* harus memiliki keahlian dalam mempromosikan produk kepada konsumen sehingga muncul minat beli. Keberadaan *marketing communications* dalam industri perhotelan sangat penting dalam meningkatkan *awareness* dari produk yang ditawarkan.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Dalam kegiatan kerja magang ini, penulis bertujuan untuk;

1. Memahami aktivitas *marketing communications* khususnya pada bidang *personal selling*, PR (Publikasi), dan *Direct Marketing* pada Atria Residences Gading Serpong.
2. Memahami tentang penyelenggaraan *event*.
3. Mempelajari lebih dalam seputar kegiatan dokumentasi.

Melalui magang ini, penulis diharapkan dapat memahami lebih dalam tentang kegiatan komunikasi pemasaran khususnya pada bidang *personal seling* melalui *event*, ROD (*Restaurant on Duty*) dan PR, *direct marketing*, dan sebagainya.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang sebagai *Trainee Sales and Marketing* di Atria Residences Gading Serpong dilaksanakan penulis selama kurang lebih 60 hari yang dimulai dari tanggal 23 September 2019 sampai 22 Desember 2019. Waktu pelaksanaan magang ini mengikuti ketentuan dari Universitas Multimedia Nusantara yaitu bahwa mahasiswa harus melakukan kegiatan magang selama kurang lebih 60 hari atau sesuai ketentuan perusahaan. Waktu kerja magang aktif setelah KM 02 terbit dan KM 02 tersebut harus di balas oleh perusahaan paling lambat 7 hari. Adapun waktu kerja magang efektif penulis hanya terdiri dari 4 (empat) hari dalam seminggu yaitu Senin, Selasa, Kamis, dan Jumat karena penulis masih harus menghadiri kelas di hari Rabu. Namun jika pada ketentuan tertentu, penulis tetap melaksanakan magang di akhir pekan dan juga ketika pada hari Rabu tidak ada kelas.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang penulis sebagai *trainee sales and marketing* di Atria Residences Gading Serpong berlangsung sebagai berikut.

1. Pertama, penulis mengirim CV (*Curriculum Vitae*) kepada beberapa instansi atau perusahaan yang memiliki lowongan untuk bidang *marketing communications, public relations, periklanan dan branding*, dll. Penulis juga sempat mengirimkan CV kepada media seperti Majalah SWA, Bisnis Indonesia, Sekolah Stella Maris Gading Serpong dan juga agensi PR yaitu KendiLima. Kegiatan ini penulis lakukan selama bulan Agustus sejak berlangsungnya tahun ajaran baru. Awalnya penulis sama sekali tidak berekspektasi dan bahkan tidak mengirimkan CV ke perusahaan yang bergerak di industri properti atau perhotelan. Tetapi penulis mendapatkan rekomendasi melalui teman dari orang tua penulis untuk mencoba mengirim CV ke beberapa industri hotel seperti Grand Tropic Hotel Central Park, Mercure Hotel Alam Sutera, dan juga Menara Peninsula Hotel yang terletak di Slipi Kemanggisian, Jakarta Barat.
2. Setelah mengirimkan CV, penulis beberapa kali mendapat panggilan untuk *interview* di beberapa perusahaan seperti Majalah SWA, Stella

Maris Gading Serpong, PergiKuliner.com, Grand Tropic Hotel Central Park, dan Menara Peninsula Hotel. Dari beberapa perusahaan tersebut awalnya penulis dinyatakan diterima sebagai *Public Relations (PR) trainee* di Menara Peninsula Hotel tetapi karena adanya pergantian manajemen dan perubahan peraturan mengenai OJT (*On the Job Training*) maka penulis tidak dapat memulai kegiatan magang di sana. Sebagai gantinya, pihak Menara Peninsula Hotel membantu penulis dengan merekomendasikan penulis untuk melaksanakan magang di Atria Residences Gading Serpong. Saat itu juga penulis langsung mengajukan KM 01 untuk Atria Residences Gading Serpong.

3. Di Atria Residences Gading Serpong, penulis tidak mengirimkan CV secara *online* melainkan membawanya langsung pada saat wawancara yang dilaksanakan tanggal 20 September 2019. Penulis langsung dinyatakan diterima untuk OJT/Magang sebagai *Sales and Marketing Trainee* dan resmi memulai kegiatan magang pada tanggal 23 September 2019. KM 02 atau surat pengantar kerja magang yang ditujukan kepada Atria Residences Gading Serpong diterbitkan pada tanggal 25 September 2019 dan kemudian dibalas oleh perusahaan pada 30 September 2019.
4. Setelah mendapatkan surat balasan dari pihak perusahaan, penulis menukarkan surat tersebut untuk mendapatkan KM 03-KM 07 serta mengunggah surat tersebut untuk *input* data magang di MyUMN.
5. Selama melaksanakan kegiatan magang, penulis rutin mengisi absensi tertulis yang disediakan oleh pihak perusahaan dan juga absensi pada KM 04. Selain itu, segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh penulis dicatat dan ditandatangani oleh pembimbing lapangan yaitu Ibu Diah Windrawati selaku *Director of Sales and Marketing* Atria Residences Gading Serpong. KM 06 atau form penilaian dari pihak universitas diisi oleh pembimbing lapangan setelah kegiatan magang selesai dan kemudian diserahkan dengan amplop coklat untuk dikembalikan kepada pihak universitas.