



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Atria
HOTEL & LIVING

Gambar 2.1 Logo Atria Hotel

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Atria Hotel Gading Serpong terletak di kawasan elit yang letaknya strategis dan mudah untuk dijangkau oleh banyak orang. Hotel ini merupakan salah satu anak perusahaan hotel yang dimiliki oleh Parador Hotels & Resorts dan Paramount Enterprise International sebagai perusahaan properti dan lifestyle di Indonesia.

Pada tahun 2010, Paramount Enterprise Internasional meluncurkan produk pertama hotel mereka yang diberi nama Aston Paramount Serpong Hotel and Conference. Paramount Enterprise International mengumumkan Parador Hotels and Resorts sebagai salah satu cabang divisi terbarunya yang berfokus pada kegiatan manajemen dan pengelolaan hotel dan resorts.

Pada tahun 2012, Aston Paramount Serpong Hotel and Conference mengubah namanya menjadi Atria Hotel & Conference Paramount Serpong yang memiliki arti “Bintang yang paling bersinar di langit selatan”. Kemudian nama dari Atria Hotel & Conference Paramount Serpong berubah menjadi Atria Hotel Gading Serpong.

Setelah itu, Atria mengubah namanya kembali menjadi Atria Hotels & Living. Pada 21 Desember 2012, Paramount Enterprise International dan Parador Hotel & Resorts mengadakan grand opening untuk 3 hotel baru mereka yaitu Atria Hotel Magelang, Atria Hotel & Residences Gading Serpong, dan Fame Hotel Gading Serpong.

Atria Hodel Gading Serpong merupakan hotel berbintang 4 dengan gaya modern dan stylish berstandar internasional yang di bangun di Jantung CBD (Central Business District) serta menyediakan berbagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan layanan bagi tamu yang ingin menginap maupun tamu yang hanya berkunjung.



Gambar 2.2 Gedung Atria Hotel

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Hotel ini memiliki beberapa fasilitas yang terdiri dari 173 kamar, 11 ruang pertemuan, pusat kebugaran, kolam renang, area bermain anak, dan area spa. Selain itu, terdapat restaurant dan bar seperti Mezzanine Restaurant, The Lounge, dan Legen Lounge & Bar. Hotel ini juga memiliki 4 ballroom mewah yang biasa digunakan untuk acara pernikahan dan kementerian.

Namun saat ini, Atria Hotel Gading Serpong sedang melakukan tahap renovasi bangunan pada bagian lobby dan kamar guna untuk meningkatkan standar bintang hotel menjadi hotel berbintang 5. Renovasi ini dilaksanakan pada 1 Oktober 2021 dan diperkirakan akan selesai pada Maret 2022.

Setelah selesai dilakukan renovasi, Atria Hotel akan menjadi Hotel dengan konsep dan gaya baru yang tentunya akan semakin diminati oleh banyak orang untuk menginap disana. Hal ini membuat Atria Hotel dapat ikut bersaing dengan berbagai macam hotel dengan level yang sama.

Atria

RESIDENCES GADING SERPONG

Gambar 2.3 Logo Atria Residences

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Selain hotel, Atria juga memiliki bangunan yang bernama Residence dengan jarak yang dekat dan masih dalam satu kawasan Atria Hotel. Atria Residence merupakan hotel bergaya apartemen yang bisa digunakan untuk menginap sementara maupun menginap dalam jangka waktu yang lama bagi tamu yang ingin menginap.

Residence memiliki beberapa fasilitas yang terdiri dari 124 kamar, kolam renang, pusat kebugaran, serta 2 ruang pertemuan yang biasa digunakan untuk acara lamaran dan rapat bisnis. Selain itu, terdapat restaurant bernama Bianco Sapori D'Italia yang akan memanjakan lidah para tamu dengan menyajikan berbagai macam masakan khas Italia.



Gambar 2.4 Gedung Atria Residence

Sumber : Data Perusahaan, 2021

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Atria Hotel dan Residences memiliki visi dan misi yang mendukung agar dapat menyelaraskan seluruh staff yang bekerja guna untuk mencapai satu tujuan. Visi dan misi yang dimiliki oleh Atria Hotel dan Residences sama seperti visi dan misi yang dimiliki oleh Parador Hotels & Resort.

Visi dari Parador Hotels & Resort adalah untuk menjadi terang dan garam bagi industri perhotelan di Indonesia. Misi dari Parador Hotels & Resort adalah untuk memastikan para tamu dan konsumen untuk dapat menikmati pengalaman menginap mereka dengan menyediakan pelayanan yang tulus dan terbaik dari hati yang paling dalam.

2.2 Peran Marketing Communication di Atria Hotel Gading Serpong

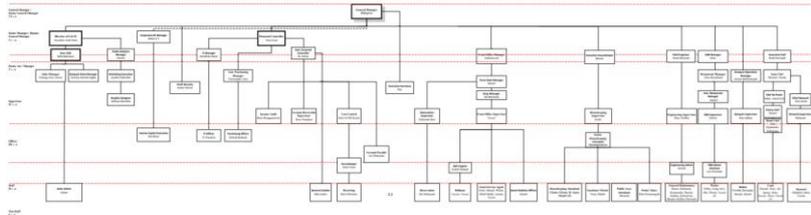
Selama kegiatan magang berlangsung, penulis bekerja pada departemen Sales Marketing dan bergabung dengan divisi Marketing Communication. Selama masa kegiatan magang ini, penulis bekerja dengan Bapak Adhitya Mandala Putra selaku Graphic Design dan Ibu Marlina Agustin selaku Public Relation Manager.

Dalam kegiatan magang ini, penulis memiliki beberapa tugas yang menjadi kewajiban sehari-hari selama kegiatan magang berlangsung. Penulis memiliki tugas utama yaitu mengelola sosial media. Di luar tugas utama, terdapat berbagai tugas lain seperti melakukan purchase request, store request, membuat food tag, membuat konten video, serta penulis juga pernah mencoba untuk melakukan food tasting review untuk acara pernikahan.

Peran dari penulis sendiri untuk divisi Marketing Communication selama melaksanakan kegiatan magang yaitu membantu dari segi promosi internal seperti menyiapkan dan memasang info promo. Penulis menyiapkan promo yang ingin di pasang dengan cara mencetak promo tersebut. Kemudian, penulis memasang info promo yang tersebar di beberapa tempat seperti di meja Front Office yang di pasang di dalam akrilik, di Majalah Dinding, dan di pasang dengan menggunakan tripod yang bernama tripod poster promotion.

2.3 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi di suatu perusahaan dapat membantu perusahaan dalam melihat susunan atau tingkatan dari setiap individu dan divisi. Selain itu, dari struktur organisasi dapat dilihat mengenai pembagian peran dan tugas berdasarkan jabatan yang diduduki. Berikut merupakan struktur organisasi dari Atria Hotel Gading Serpong.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Hotel

Sumber : Data Perusahaan, 2021

2.4 Tinjauan Pustaka

2.4.1 Digital Marketing

Menurut Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan (2019), **Direct and Digital Marketing** merupakan sebuah cara yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan tanggapan mengenai suatu produk dan merek secara langsung serta menjalin hubungan baik dengan setiap konsumen.

Menurut J. Craig Andrews & Terence A. Shimp (2017), **Digital Marketing** merupakan suatu penawaran baik produk maupun layanan yang dilakukan secara online seperti iklan yang berada di smartphone. Sedangkan **Social Media Marketing** merupakan suatu penawaran bersifat khusus yang dilakukan secara online dan dapat diakses oleh pengguna konten dalam bentuk informasi dan ide yang terdapat di sosial media.

Menurut Keith A. Quesenberry (2019), **Specialist Digital Marketing** merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan secara online terhadap suatu merek seperti iklan berbayar yang terdapat di web maupun e-commerce.

Menurut Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick (2016), **Digital Marketing** merupakan penjualan yang dilakukan secara online dengan ukuran sederhana untuk suatu kategori produk yang berbeda.

2.4.2 Content Marketing

Menurut Philip Kotler, Gary Armstrong Lloyd C. Harris, & Hongwei He (2020), **Content Marketing** merupakan sebuah karya yang di buat dengan tujuan untuk berbagi inspirasi supaya banyak konsumen yang mengetahui merek dan pesan yang terkandung di dalam karya tersebut serta dilakukan dengan cara berbayar.

Menurut Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan (2019), **Content Marketing** merupakan semua informasi dan pesan yang disampaikan oleh suatu merek guna untuk menjelaskan keunggulan dan kelebihan dari suatu produk yang dipasarkan.

Menurut J. Craig Andrews & Terence A. Shimp (2017), **Content Marketing** merupakan suatu hal yang diciptakan untuk dapat membuat produk atau layanan menarik di mata pelanggan berdasarkan pada kebutuhan pelanggan dan terkandung nilai di dalamnya.

Menurut Larry Percy (2018), **Content Marketing** merupakan suatu karya dari sebuah merek berupa artikel atau video yang disebarakan pada media digital.

2.4.3 Marketing Communication

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2017), **Marketing Communication** merupakan sebuah cara yang dilakukan dengan cara menyampaikan informasi supaya konsumen mengetahui produk dan merek serta membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk dan merek dari suatu perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan (2019), **Marketing Communication** merupakan sebuah program yang ditujukan kepada setiap konsumen guna untuk memasarkan suatu produk dan merek dalam bentuk berita, acara, maupun hiburan.

Menurut J. Craig Andrews & Terence A. Shimp (2017), **Marketing Communication** merupakan suatu kumpulan dari semua elemen penawaran yang mengandung makna di mata pelanggan.

Menurut Robert W. Palmatier & Shrihari Sridhar (2017), **Marketing Communication** merupakan suatu proses yang berguna untuk menginformasikan pesan penawaran kepada konsumen namun tidak lupa agar pesan penawaran tersebut harus bersifat relevan dan konsisten seiring berjalannya waktu.

2.4.4 Social Media

Menurut Philip Kotler, Gary Armstrong Lloyd C. Harris, & Hongwei He (2020), **Social Media** merupakan sebuah jaringan yang semua orang bisa saling melakukan interaksi dalam bentuk foto dan video serta dapat melakukan komunikasi dalam bentuk pesan.

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2017), **Social Media** merupakan sebuah media yang ditujukan kepada setiap konsumen guna untuk saling berbagi mengenai informasi dalam bentuk pesan, foto, dan video antara satu sama lain.

Menurut Alan Charlesworth (2018), **Social Media** merupakan suatu komunitas dalam jaringan yang dapat di bagi, dihubungkan, dan terlibat oleh setiap orang sehingga konsumen dapat menerima suatu penawaran yang berada di sosial media.

Menurut Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick (2016), **Social Media Marketing** merupakan sebuah interaksi dan partisipasi yang dilakukan oleh banyaknya konsumen di dalam web yang berguna untuk kegiatan positif terhadap sebuah perusahaan dan merek.

2.4.5 Marketing Management

Menurut Philip Kotler, Gary Armstrong Lloyd C. Harris, & Hongwei He (2020), **Marketing Management** merupakan suatu pengetahuan dimana memilih pasar sebagai sasaran utama serta harus bisa membangun suatu hubungan yang dapat memberikan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat.

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2017), **Marketing Management** merupakan sebuah cara yang dilakukan dengan cara memasarkan suatu produk dalam bentuk konten dimana mengandung arti dari suatu merek.

Menurut Larry Percy (2018), **Marketing Management** merupakan suatu perusahaan melakukan pemasaran suatu produk sesuai dengan budaya yang dimiliki

Menurut J. Craig Andrews & Terence A. Shimp (2017), **Marketing Management** merupakan suatu aktivitas dari manusia yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara bertukar proses.

