

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 mengakibatkan *industry* perhotelan di Indonesia menerima dampak yang sangat besar. Hotel-hotel di seluruh Indonesia terpaksa menutup operasinya sementara waktu dikarenakan berkurangnya pengunjung yang sangat drastis. Hal tersebut pun menyebabkan dunia perhotelan mengalami penurunan yang drastis. Salah satu manajemen perhotelan yang mengalami hal tersebut yaitu Parador Hotels & Resorts, yang dimana diawal tahun 2020 setelah munculnya COVID-19, hotel-hotel yang dikelola perusahaan tersebut mengalami banyak penurunan.

PT Parador Management atau yang biasa dikenal dengan Parador Hotel & Resorts merupakan salah satu perusahaan yang didirikan oleh perusahaan Paramount Enterprise International pada tahun 2012. PT Parador merupakan manajemen hotel di Indonesia yang merupakan unit bisnis dari PT Paramount Enterprise International. Parador Hotels & Resorts saat ini memiliki 11 hotel yang beroperasi dan tersebar di seluruh Indonesia. Parador Hotels & Resorts memiliki 5 *brand* mulai dari bintang 5 hingga bintang 1, antara lain Atria Hotels, Vega Hotels, HA- KA Hotels, Fame Hotels, dan juga Starlet Hotels.

PT Parador Management menerapkan sistem kerja WFH (*Work From Home*) pada dua minggu pertama setelah adanya pandemi. Sistem kerja WFH diwajibkan dari pemerintah agar mencegah terjadinya penyebaran COVID-19, dan sistem ini diterapkan oleh perusahaan Parador tersebut. Walaupun sistem kerja dijalankan secara WFH, namun aktivitas perusahaan Parador tetap berjalan dengan baik walaupun mengalami beberapa kendala. Kendala yang banyak terjadi setelah

adanya pandemi yaitu dengan banyaknya *event* yang sudah dirancang namun harus ditunda pelaksanaannya serta harus dilaksanakan secara *online* menggunakan aplikasi *zoom* (*virtual event*). Selain itu juga, cara yang dilakukan perusahaan Parador dalam tetap mengembangkan hotel-hotel yang dikelola perusahaan tersebut dalam keadaan pandemi yaitu dengan melakukan strategi pemasaran secara *online*. Bukan hanya strategi pemasaran, namun *meeting-meeting* yang dilakukan terhadap *media partner* ataupun *partnership* dilaksanakan secara *online* (*virtual meeting*).

Divisi *Marketing Communication* memiliki peran penting sebagai pendukung untuk tetap terus meningkatkan pengunjung hotel serta bisa meyakinkan pengunjung hotel tentang protokol kesehatan yang dilakukan setiap unit hotel sehingga pengunjung pun bisa kembali percaya untuk memilih *staycation* di setiap unit hotel yang dikelola oleh Parador Hotels & Resorts tersebut. Divisi *Marketing Communication* juga melakukan banyak *campaign* serta promosi secara *online* yang bertujuan untuk menarik perhatian para audiens untuk tertarik memilih *staycation* ataupun berkunjung di beberapa unit hotel milik Parador. Menurut Kotler dan Keller, 2012, p. 498 *Marketing Communication* adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung dan tidak langsung. Berbagai pekerjaan Divisi *Marketing Communication* Parador Hotels & Resorts yang mengelola banyak hotel yang membuat penulis tertarik dan penasaran mengenai bagaimana cara kerja tim Divisi *Marketing Communication* sehingga dapat menjalankan beraneka ragam pekerjaan dengan baik. Hal tersebut membuat penulis memutuskan untuk melakukan kerja magang di perusahaan Parador Hotels & Resorts bagian *marketingcommunication*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan kerja magang yang dilakukan yaitu untuk mengaplikasikan pengetahuan yang sudah dipelajari saat kuliah ke dalam dunia kerja serta untuk

mengasah *hard skill*. Adapun tujuan kerja magang yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui cara kerja tim divisi *Corporate Marketing Communication* Parador Hotels & Resorts dalam mengembangkan kelima hotel yang dikelola oleh Parador Hotels & Resorts
2. Menambah pengetahuan dan wawasan baru mengenai aktivitas *Marketing Communication* di Parador Hotels & Resorts.
3. Memahami dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan serta menjalin kerja sama dengan tim *Marketing Communication* Parador Hotels & Resorts.
4. Mempelajari lingkungan sosial di dunia kerja sehingga dapat membantu dengan mudah beradaptasi dan bekerja dengan tim untuk mencapai sebuah tujuan keberhasilan bersama.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di Paradors Hotels & Resorts, dilakukan secara WFO (*work from office*) dengan mengikuti regulasi yang sudah ditetapkan dan mengikuti jam kerja dari pegawai yakni sebagai berikut :

Hari Kerja : Senin-Jumat

Jam Kerja : 08.30-17.30 WIB

Pelaksanaan periode magang sebagai *intern* pada divisi *Marketing Communication* terhitung sejak tanggal 13 September 2021 sampai 13 Desember 2021 atau selama 60 hari sesuai dengan ketentuan waktu pelaksanaan kerja magang Universitas Multimedia Nusantara. Selama menjalankan kegiatan *internship*, penulis mempelajari berbagai hal mengenai *Marketing Communication* di Parador Hotels & Resorts.

Dalam hal ini penulis bekerja sama dengan tim *marketing communication* yang dipimpin oleh Wisnu Tri Atmojo selaku *Corporate Director Marketing Communication* dan juga Tiffany Siantono selaku *Corporate Manager Marketing Communication*.

1.3.2 Prosedur Program Magang

Berikut merupakan prosedur kerja magang yang penulis lakukan yakni:

- Mengikuti bimbingan magang pada tanggal 2 Agustus 2021.
- Melakukan pengisian KRS untuk mata kuliah *internship*
- Mencari perusahaan yang sesuai dengan kriteria Universitas Multimedia Nusantara
- Mengirimkan *curriculum vitae (CV)* ke Paramount Enterprise International dan mengajukan KM-01 untuk mendapatkan persetujuan dari prodi.
- Melakukan wawancara secara *online* dengan pihak Paramount Enterprise International
- Mendapatkan keterangan diterima magang di Parador Hotels & Resorts melalui *whatsapp* pada tanggal 10 September 2021.
- Melaksanakan kerja magang pada 13 September 2021 di Parador Hotels & Resorts bagian divisi *Marketing Communication*.
- Menyusun laporan magang yang dipandu oleh dosen pembimbing