



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

Parador Hotels and Resorts berdiri pada tahun 2012 yang merupakan *management hotels and resorts* yang berada di bawah naungan PT Paramount Enterprise. Pada awal tahun 2006, PT Paramount Enterprise mengembangkan *real estate* di daerah Gading Serpong. Tepat pada tahun 2010, PT Paramount Enterprise meluncurkan *hotel* pertamanya yaitu *Aston Paramount Serpong Hotel dan Conference Center*, *hotel* tersebut menjadi pemimpin besar di industri perhotelan Tangerang dan Jakarta Barat.

Gambar 2.1 Logo Parador Hotels and Resorts



Sumber : www.Parador-Hotels.com

Pada tahun 2012, PT Paramount Enterprise mengumumkan hadirnya *Parador Hotels and Resorts* atau PT Parador Management International. Perusahaan tersebut merupakan manajemen *hotel* yang mengelola beberapa *brand hotel*. Nama Parador sendiri berasal dari Bahasa Spanyol Parar yang berarti bukit yang diharapkan Parador dapat menjadi tempat singgah yang nyaman layaknya rumah singgah yang berada di daerah perbukitan yang mampu menjadi tempat melepas penat untuk konsumen yang menginap di *hotel-hotel* dibawah naungan *Parador Hotels and Resorts*.

Pada 21 Desember 2012, *Parador Hotels and Resorts* meluncurkan empat *hotel* yaitu Atria Hotel Gading Serpong, Atria Residences Gading Serpong, Atria Hotel Magelang dan Fame Hotel Gading Serpong.

PT Parador Management atau *Parador Hotels and Resorts* menaungi lima *brand hotel* yaitu Vega Hotel, Atria Hotels, Ara Hotels, Fame Hotels, dan Starlet Hotels. Selain kelima *brand* diatas, *Parador Hotels and Resorts* juga menangani satu *brand* lainnya yaitu HA-KA Hotels yang berada di Semarang.

Gambar 2.2 Logo Hotel Vega



Sumber : www.Parador-Hotels.com

Vega Hotels memiliki konsep kemewahan (*Luxury*) dengan memadukan konsep tradisional Indonesia dengan konsep *modern*. Sampai laporan pelaksanaan program kerja magang ini dituliskan, unit Vega Hotel masih dalam tahap pengembangan dan pematangan konsep serta pengurusan perijinan untuk kemudian dikenalkan kepada publik.

Gambar 2.3 Logo Hotel Atria



Sumber : www.Parador-Hotels.com

Atria Hotels merupakan *hotel* berbintang empat yang menggunakan konsep “Bintang Harapan” dengan harapan *Parador Hotels and Resorts* menjadi yang paling diminati diantara *brand management* perhotelan lainnya. Atria Hotel Gading Serpong merupakan *re-branding* dari Aston Hotel and Conference Gading Serpong. Atria Hotels sendiri sudah memiliki 4 *hotel* yang berada di daerah Tangerang dan luar Tangerang, yaitu Atria Hotel Gading Serpong, Atria Residences Gading Serpong, Atria Hotel Magelang dan Atria Hotel Malang.

Gambar 2.4 Logo Hotel Ara



Sumber : www.Parador-Hotels.com

Ara Hotel merupakan *hotel* bintang tiga yang berada dibawah naungan *Parador Hotels and Resorts*. Ara Hotel menggabungkan *simplicity* dengan keramahan pelayanan. Ara berdiri pada Mei 2014, dan Ara menawarkan sentuhan pengalaman teknologi untuk memenuhi kebutuhan *business travelers*. Ara Hotels memadukan kesederhanaan dan layanan yang baik dan ingin membuat business travelers dan keluarga nyaman mungkin. Ara Hotel Serpong sendiri memiliki kolam renang semi olimpiak yang merupakan salah satu kolam renang *hotel* terbesar untuk *hotel* di

Tangerang dan tidak hanya kolam berenang olimpiak, Ara juga memiliki mini *waterboom* yang dapat digunakan untuk anak kecil.

Gambar 2.5 Logo Hotel Fame



Sumber : www.Parador-Hotels.com

Fame Hotels merupakan *hotel* bintang dua yang di *managed* oleh *Parador Hotels and Resorts* dengan mengusung tema “Feel The Celebrity Life”. Dengan Fame Hotel, *Parador Hotels and Resorts* ingin mencoba memberikan pengalaman gaya hidup *glamor* ala selebritas kepada konsumennya. Fame Hotels menghadirkan pengalaman menginap yang berbeda dengan cara yang *Creative* dan *artistic* sesuai dengan *tagline* Fame yaitu “*Stay Famous*”. Sampai saat ini, Fame Hotels sudah tersebar di tiga daerah di Indonesia yaitu Fame Hotel Gading Serpong, Fame Hotel Sunset Road, dan Fame Hotel Jayapura.

Gambar 2.6 Logo Hotel Starlet



Sumber : www.Parador-Hotels.com

Starlet hotel merupakan *hotel* bintang satu dengan motto “*Budget Hotel with Convenience and Comfortable Solution*”. Starlet hotel sendiri sudah memiliki dua unit yang berada di Gading Serpong dan Jakarta *Airport*. Starlet menawarkan berbagai

fasilitas dan layanan yang memuaskan para pelanggan muda untuk mencari akomodasi berdasarkan kesederhanaan dan kenyamanan dengan harga yang terjangkau.

2.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

Adapun visi, misi dan nilai perusahaan dari *Parador Hotels and Resorts*, yaitu :

Visi : *To be the salt and light of hospitality throughout Indonesia.*

Misi : *To ensure our guests and customers enjoy a truly premier experience by providing sincere hospitality and excellent services from the heart.*

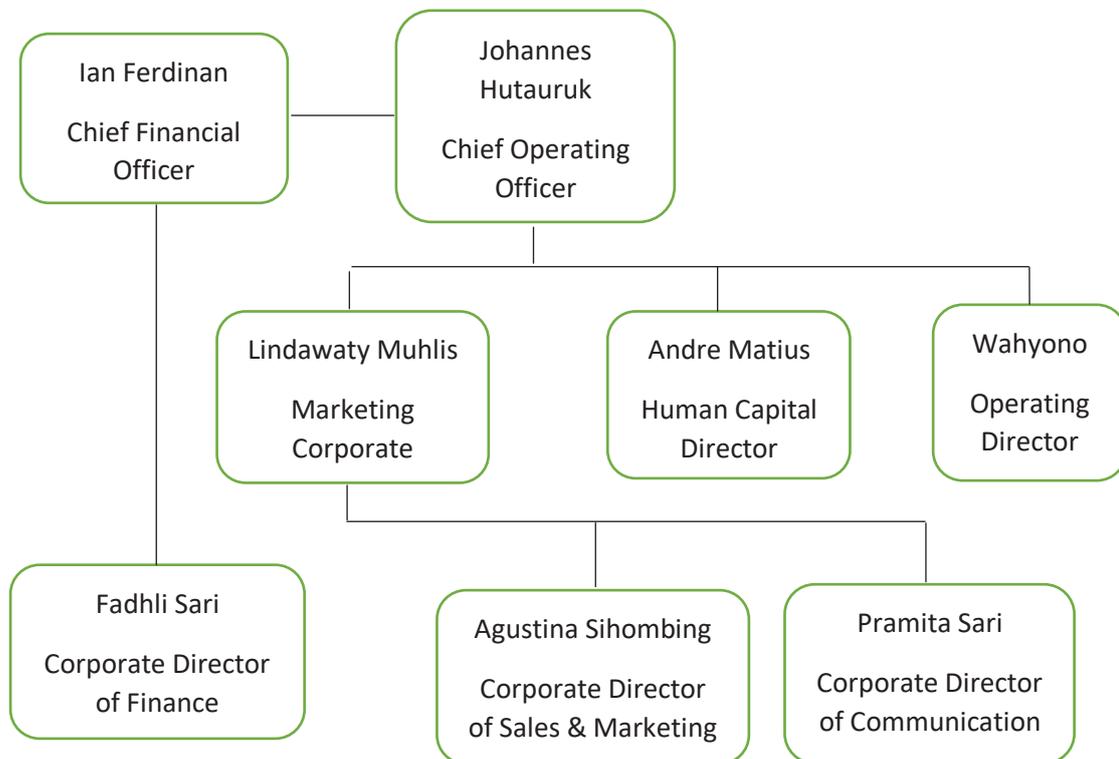
Nilai : *Integrity, Stewardship, Respects.*

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap organisasi tentu terdapat struktur organisasi yang mengelola jalannya organisasi di sebuah perusahaan. Terkait hal tersebut, maka penulis mencantumkan struktur organisasi secara keseluruhan dan struktur organisasi dari divisi komunikasi yang merupakan tempat dimana penulis menjalani praktek kerja magang.

Berikut ini adalah gambaran dari struktur organisasi yang terdapat dari *Parador Hotels and Resorts* :

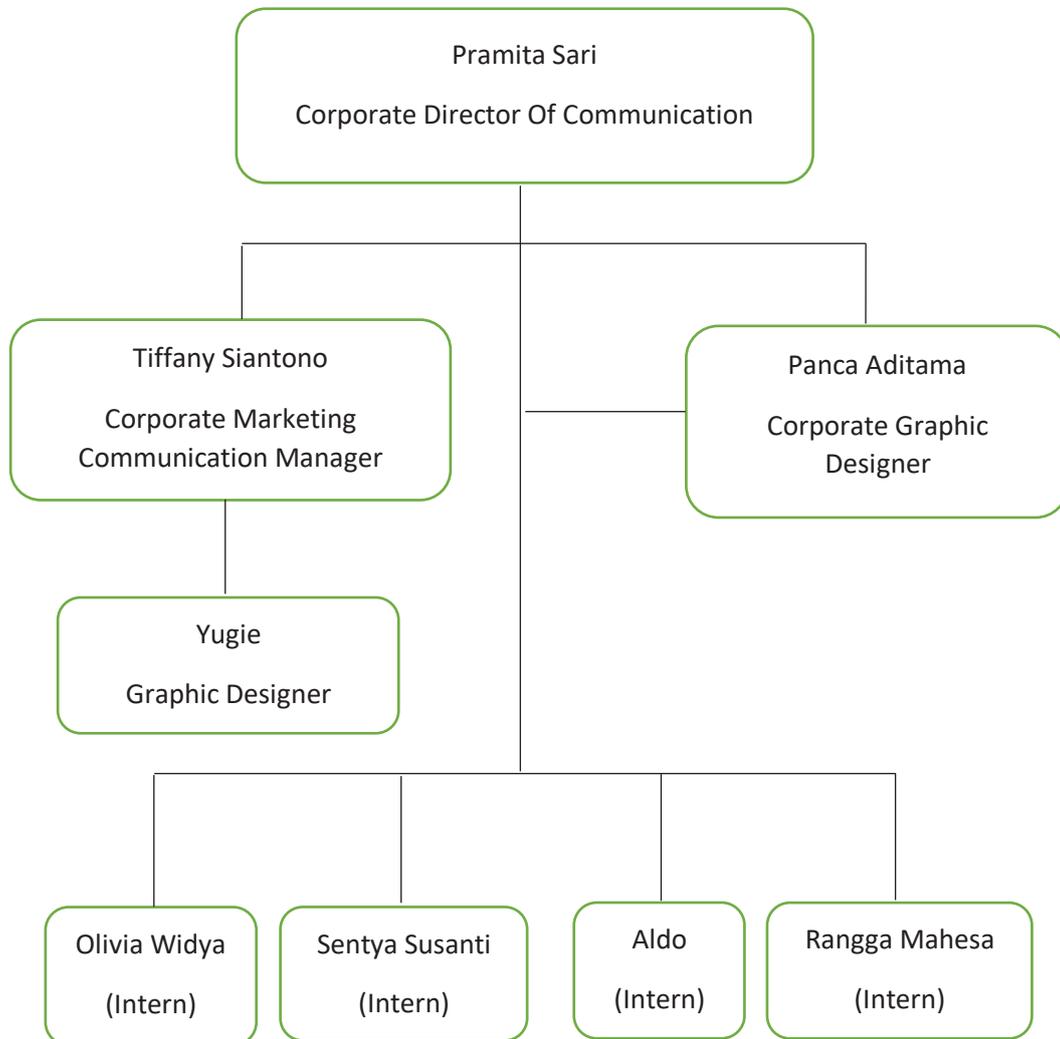
Bagan 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : Company Profile Parador Hotels and Resorts

Bagan diatas merupakan struktur organisasi dari *Parador Hotels and Resorts*. Pada kedudukan tertinggi adalah *Chief Operating Officer* yang dipegang oleh Johannes Hutaaruk. Kemudian dibidang sales dan marketing dikepalai oleh Lindawaty Mukhlis, membawahi *Divisi* dari *Revenue, Sales and Marketing*. Serta *Divisi Communication*.

Bagan 2.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication



Sumber : Parador Hotels and Resorts

Dalam segala bentuk penugasan kerja dalam divisi *Marketing Communication* harus melalui persetujuan dari Pramita Sari, *Corporate Director of Communication*. Setelah mendapatkan persetujuan, tugas tersebut akan dibagikan kepada anggota divisi. Didalam divisi *Marketing Communication* juga terdapat divisi *Graphic Designer*, dan divisi tersebut selalu bersinggungan. Bentuk kerjasama secara langsung yang dilakukan oleh divisi *Marketing Communication* dengan divisi *Graphic Designer* yaitu untuk mendukung pembuatan konten komunikasi pemasaran.

Adapun tugas dari divisi komunikasi yaitu :

1. *Public Relations*

- a. Melakukan *Media Monitoring* harian baik cetak maupun elektronik (*online*) untuk mengetahui kegiatan atau promosi yang dilakukan competitor.
- b. Melakukan *media clipping* secara berkala untuk memantau perkembangan informasi mengenai *hotel*.
- c. Menjalin hubungan baik dengan media.
- d. Memperbaharui *media database*.
- e. Mengadakan *press conference*.

2. *Marketing Partnership*

- a. Membuat kerjasama melalui pihak ketiga perusahaan nasional maupun internasional seperti : *banking, airlines, telecommunication*.
- b. Membuat Kerjasama dengan *event organizer, vendor* dan sebagainya.

3. *Advertising dan Promotion*

- a. Membuat perencanaan dari aktivitas setiap *hotel* termasuk *Meeting Incentive Convention dan Exhibition (MICE), Corporate Social Responsibility (CSR)* dan sebagainya.
- b. Menemukan *platform* media yang paling tepat (*online, offline, siaran, dll*) untuk mengiklankan merek, produk, dan layanan *hotel*. Tentukan kapan, dimana, dan seberapa sering suatu pesan harus ditempatkan. Tujuannya adalah untuk menjangkau audiens yang tepat pada waktu yang tepat dengan pesan yang tepat untuk menghasilkan respon yang diinginkan dan kemudian tetap dalam anggaran yang

ditentukan. Pembuatan rencana media harus sejalan dengan rencana kegiatan *hotel*.

- c. Membuat perencanaan acara disetiap *hotel* yang harus sesuai dengan masing-masing tema dari setiap *hotel*.