



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 pada beberapa tahun belakangan ini begitu diperbincangkan karena perkembangannya yang tidak terhenti dengan terus bermunculan hotel-hotel baru, membuat tingkat persaingan dalam industri perhotelan menjadi tinggi. Managing Partner HVS Asia Pacific, Daniel J. Voellm dalam publikasinya menuturkan bahwa pasar hotel di Indonesia terus berkembang, dilihat dari rencana pembangunan baik yang sudah dirilis maupun yang akan diluncurkan pada masa mendatang (Ayu, 2017, para. 4).

Booming nya perindustrian hotel di Indonesia terjadi pada kurun tahun 2015-2018, dimana rencana pemerintah untuk mengembangkan lebih dari 560 destinasi wisata baru di 19 provinsi Indonesia, disambut antusias para pelaku bisnis dan industri perhotelan. Pembangunan hotel semakin intensif terjadi pada tahun 2015-2018 di Jakarta dan Bali sebagai wilayah acuan (*benchmark*) (Hilda, 2015, para. 1). Hal ini membuat persaingan para pelaku industri perhotelan begitu ketat untuk berlomba-lomba membangun hotel di Indonesia melalui produk dan jasa nya sehingga membuka peluang bagi konsumen untuk memilih atau berpindah pada kompetitor.

Menurut Lattimore, dkk (2010, h. 4) definisi *Public Relations* adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi. Praktisi *Public Relations* berkomunikasi dengan semua masyarakat internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat.

Adanya persaingan antara para pelaku bisnis industri perhotelan mendorong setiap perusahaan atau organisasi untuk memaksimalkan peran dan fungsi *Public Relations* dalam menjembatani perusahaan dengan publiknya untuk menjaga citra dan reputasi. Seperti *Director of Public*

Relations Gran Mahakam Hotel, Debby Setiawati mengatakan bahwa tugas utama seorang *Public Relations* perhotelan adalah menjembatani komunikasi antara pihak internal dan eksternal hotel. Selain itu, *Public Relations* juga berfungsi untuk melakukan promosi agar hotel tempat ia bekerja semakin dikenal oleh masyarakat luas (Paramita, 2016, para. 2).

Keberadaan *Public Relations* Eksternal di industri perhotelan merupakan keharusan, baik secara fungsional dan operasional dalam penyebarluasan informasi atau publikasi mengenai aktivitas suatu instansi terkait yang ditunjukkan untuk hubungan masyarakat ke dalam maupun kepada masyarakat luar. Dikarenakan *Public Relations* Eksternal adalah kegiatan *Public Relations* yang berhubungan dengan pihak luar dan mengembangkan citra perusahaan yang positif (Nurjaman dan Umam, 2012, h. 113).

Di dalam pelaksanaannya, aktivitas *Public Relations* pada Hotel Santika Premiere ICE BSD City lebih banyak menjalankan fungsi yang bersifat eksternal, seperti menjalin hubungan baik dengan para *stakeholders* hotel, serta publik lainnya yang memiliki pengaruh dalam pembentukan citra perusahaan. Sehingga membuat penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di Hotel Santika Premiere ICE BSD City.

Menurut Debby, *Director of Public Relations* Gran Mahakam Hotel, menyatakan bahwa menjadi seorang *Public Relations* di dunia perhotelan tidak melulu harus bekerja dengan tegang dan kaku. Cara bekerja *Public Relations* di perhotelan relatif lebih *fun* di banding *Public Relations* pada dunia *corporate*. Alasannya adalah *Public Relations* di dunia *corporate* cenderung menangani masalah *legal* dengan pihak swasta maupun instansi pemerintah, sementara *Public Relations* di dunia perhotelan lebih kepada menangani urusan dengan tamu-tamu hotel dan juga menyiapkan promosi-promosi (Paramita, 2016, para. 4). Pernyataan tersebut mendukung ketertarikan penulis dalam melakukan praktik kerja magang di sebuah hotel.

Pada praktik kerja magang, penulis berada pada divisi *Public Relations* yang dibawah oleh departemen *Sales & Marketing* yang memiliki aktivitas *Public Relations*, yaitu menjalin hubungan baik dengan *stakeholder* hotel

baik itu (tamu, media, dan komunitas) yang membuka peluang untuk terjalannya kerjasama antara hotel dengan pihak-pihak tersebut. Tak hanya itu, penulis juga melakukan aktivitas *Public Relations* yang berkaitan dengan publisitas hotel seperti *editorial planning*, konten media sosial, mengambil foto untuk kebutuhan publisitas dan program promosi hotel. Maka dari itu, penulis belajar bagaimana aktivitas *PR* eksternal yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* hotel, sehingga dapat berdampak bagi para *stakeholders* nya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis adalah bersifat wajib karena merupakan salah satu persyaratan kelulusan strata satu (S1) di kampus Universitas Multimedia Nusantara. Selain hal itu, dalam praktik kerja magang oleh penulis memiliki beberapa tujuan, antara lain:

- 1.2.1 Mengetahui peran *Public Relations* Eksternal pada Hotel Santika Premiere ICE BSD City
- 1.2.2 Mengetahui ruang lingkup kerja praktik *Public Relations* Eksternal pada Hotel Santika Premiere ICE BSD City
- 1.2.3 Mengimplementasikan teori yang dipelajari selama perkuliahan mengenai *Public Relations* Eksternal khususnya pada *Media Relations*, *Customer Relationship Management*, *Online PR*, dan Produksi Media *PR* pada praktik kerja magang yang dilaksanakan

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang pada tanggal 31 Juli 2017 sampai dengan 31 Oktober 2017 selama tiga bulan tiga belas hari, pada hari yang ketiga belas merupakan *off day* untuk keperluan perkuliahan yang dilakukan oleh penulis. Selama praktik kerja magang ini, penulis diposisikan sebagai *trainee*.

Seperti karyawan pada umumnya, waktu bekerja masuk pada hari Senin sampai Jumat pada pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB dengan total waktu bekerja selama sembilan jam kerja. Sedangkan,

pada hari Sabtu atau Minggu tidak diwajibkan untuk masuk tetapi jika ada *collateral* (pengganti), penulis pun apabila tidak ada halangan dapat masuk di hari yang sudah ditentukan adanya *collateral*.

Lokasi tempat magang penulis tepat bersebelahan dengan gedung pameran, peretemuan, atau pertunjukkan terbesar di Indonesia yaitu Indonesia Convention Exhibition (ICE). Lebih tepatnya di Jalan BSD Grand Boulevard, BSD City Tangerang, Banten – Indonesia.

1.3.2 **Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Berikut merupakan prosedur dari pelaksanaan praktik kerja magang, antara lain:

1. Sebelum melakukan praktik kerja magang, pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara memberikan pembekalan untuk mahasiswa yang akan melakukan praktik kerja magang sesuai dengan prosedur yang telah dibuat. Penulis pun mulai membuat *Curriculum Vitae (CV)*.
2. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)* kepada beberapa perusahaan yang akan dipilih menjadi tempat magang melalui *e-mail* dan bersamaan dengan formulir pengajuan kerja magang (Formulir KM-01) yang sudah diisi dengan beberapa nama perusahaan beserta transkrip nilai untuk disetujui dan ditandatangani oleh ketua program studi Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. Inco Hary Perdana, S.I.Kom.M.Si.
3. Selanjutnya penulis menukarkan Formulir KM-01 dengan surat pengantar kerja magang Universitas Multimedia Nusantara (Formulir KM-02) kepada administrasi program studi Ilmu Komunikasi. Di tanggal yang bersamaan, penulis mendapat kabar untuk melakukan tahap wawancara oleh

pihak *Human Resources Manager (HRM)*, *Director of Sales (DOS)*, dan *Public Relations Officer (PRO)*.

4. Kemudian penulis mengajukan surat pengantar kerja magang (Formulir KM-02) kepada pihak perusahaan yang bertepatan dengan diterimanya penulis di perusahaan tersebut melalui telepon. Lalu, penulis sudah dapat melakukan praktik kerja magang dan mendapatkan surat keterangan penerimaan oleh perusahaan yang akan penulistukarkan dengan Formulir KM-03 sampai KM-07 pada BAAK.
5. Pada akhirnya, penulis mulai melakukan aktivitas kerja magang dimulai dengan perkenalan pada pihak manajemen, departemen *Sales & Marketing*, *Hotel Tour*, *Hotel Orientation*, dan mengikuti *On Job Training Gathering*, dimana penulis akan melakukan praktik kerja magang selama 3 bulan yang dibimbing oleh pembimbing lapangan dan mentor, yaitu Ibu Fenty Saputri selaku *Director of Sales (DOS)* dan Ibu Riana Megawati selaku *Public Relations Officer (PRO)*.

