

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel adalah hotel bintang lima yang berkawasan di daerah Jakarta Selatan. Menurut buku informasi perusahaan, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel berada dibawah grup skala internasional yaitu Marriott International (Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024). Pada tahun 1937, Robert Mooere dan juga Ernest Henderson membeli suatu hotel yang baru beroperasi bernama Stonehaven Hotel yang berlokasi di Massachusetts, Amerika Serikat. Stonehaven hotel diubah namanya menjadi Sheraton Hotel dan menjadi jaringan hotel pertama di New York pada tahun 1940. Sheraton Hotel tersebut secara terus menerus berkembang sampai akhirnya pada tahun 1998 diakuisisi oleh Starwood Hotels & Resorts Worldwide. Perkembangan Sheraton Hotels ditandakan dengan dibukanya banyak cabang properti baru diseluruh dunia. Pada tahun 2015, Sheraton Hotels sudah memiliki tiga ratus empat puluh enam properti hotel. Perkembangan yang pesat ini membuat Sheraton Hotels dibeli sahamnya oleh Marriott International pada tahun 2016. Marriott International merupakan perusahaan multinasional asal Amerika Serikat yang bergerak di bidang hotel dan apartemen premium mewah.



Gambar 2. 1 Gedung Sheraton Hotel Massachusetts

Sumber: Digital Commonwealth, 2020

Seluruh properti yang berada dibawah Marriott International berdedikasi untuk memberikan pelayanan yang sempurna kepada para tamu dengan tujuan agar tamu dapat merasakan pengalaman yang terbaik. Dedikasi dalam pemberian pelayanan terbaik kepada tamu maupun kepada sesama karyawan didasari oleh adanya *core values* oleh Marriott International yang diterapkan kepada seluruh properti dibawahnya (Culture & Core Values, 2024). *Core values* dari Marriott International mencakup:

1. *We Put People First*

Marriott International memiliki komitmen perusahaan untuk mengutamakan kesejahteraan dan kepuasan sesama karyawan maupun dengan tamu. Dengan adanya nilai inti ini, mencerminkan bahwa Marriott International bertujuan untuk membangun lingkungan kerja yang positif dan tercipta kerjasama yang dinamis. Tidak hanya itu, nilai inti ini menjelaskan bahwa Marriott International memiliki dedikasi untuk memberikan pelayanan baik dan berkualitas tinggi bagi tamu di setiap properti yang dikunjungi.

2. *We Pursue Excellence*

Pada “*We Pursue Excellence*”. Marriott International mencerminkan dedikasinya agar selalu memberikan yang terbaik dalam segala aspek industri perhotelan. Komitmen agar selalu memiliki standari yang tinggi terhadap pelayanan, kualitas produk, dan kenyamanan untuk para konsumen membuat Marriott International menjadi perusahaan yang selalu mengejar kesempurnaan dalam segala bidang. Dengan selalu berdasar pada kesempurnaan, Marriott International ingin menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan bagi para tamu.

3. *We Embrace Change*

Nilai inti Marriott International ini menunjukkan semangat inovasi yang terus dilakukan dalam membentuk industri perhotelan yang mengikuti perubahan zaman. Marriott International ingin menjadi perusahaan yang mengerti dan mengantisipasi kebutuhan para tamu yang berbeda-beda

agar dapat menciptakan pengalaman pribadi yang tidak terlupakan. Dengan merangkul perubahan, Marriott International ingin menjadi perusahaan yang relevan dan garis depan industri perhotelan di seluruh dunia.

4. *We Act With Integrity*

Marriott International adalah sebuah perusahaan yang bertindak dengan integritas yang menunjukkan bahwa kejujuran dan rasa tanggung jawab diimplementasikan dalam memberi pelayanan kepada tamu. Bertindak dengan integritas memiliki arti bahwa seseorang melakukan segala sesuatu sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku di masyarakat. Marriott International yang menerapkan perilaku dengan integritas

5. *We Serve Our World*

Pada core value '*We Serve Our World*', Marriott International fokus pada keberlanjutan perusahaan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mendukung keberlanjutan secara global. Properti yang berada dibawah Marriott International berupaya untuk memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan lingkungan, sosial, maupun ekonomi dengan secara rutin mengadakan kegiatan keberlanjutan. Tidak hanya memberikan pengalaman baik kepada tamu, Marriott International juga memberikan kontribusi terbaik untuk keberlanjutan dunia.

Pada tahun 2023, Sheraton Hotels telah memiliki total empat ratus tiga puluh enam properti hotel diseluruh dunia, sedangkan di Indonesia properti dari Sheraton Hotels berjumlah delapan properti hotel dan *resort* yang tersebar di Jakarta, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, dan lainnya. Untuk memperluas ekspansinya, Sheraton Hotels membangun Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel yang diresmikan tanggal lima belas Oktober 2015 yang berada dibawah perusahaan PT Pakuwon Jati Tbk. PT Pakuwon Jati Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang bisnis properti seperti pusat perbelanjaan, hotel, apartemen, kantor, dan sebagainya. Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel berdedikasi untuk memberikan pengalaman unik artistik dan mengesankan bagi para tamu.



Gambar 2. 2 Logo Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024

Sheraton Hotels diseluruh dunia secara resmi melansir logo terbarunya pada tahun 2019. Logo terbaru yang dibuat sebagai simbol transformasi dan juga pengingat terhadap sejarah panjang dari Sheraton Hotels yang berada dibawah naungan Marriott International. Pembaharuan logo dari menunjukkan komitmen dan juga semangat baru bagi para pemangku kepentingan maupun kepada para tamu. Logo yang dibuat memperlihatkan tampilan yang lebih modern dan menekankan fokusnya pada huruf “S” yang mencerminkan perjuangan sejarah dari Sheraton Hotels.

Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel merupakan hotel bintang lima yang berlokasi di Jakarta Selatan. Hotel ini dikenal karena fasilitas, pelayanan, dan kualitas hotel mewah bagi tamu, baik tamu yang berkunjung untuk keperluan bisnis serta rekreasi maupun untuk dinikmati para *influencer* saat kunjungan kerjasamanya. Wawancara dengan Front Office Manager menjelaskan bahwa Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel memiliki total kamar dua ratus sembilan puluh empat kamar yang terdiri dari berbagai tipe kamar seperti *Deluxe Room*, *Larger Deluxe Room*, *Suite Room*, *Larger Suite Room*, *Ambassador Suite Room*, dan tipe tertingginya yaitu *Presidential Suite Room*. Masing-masing dari seluruh tipe kamar tersebut dapat dilengkapi dengan akses *premium club lounge*. *Premium club lounge* merupakan akses khusus dimana tamu dapat menikmati fasilitas dan layanan tambahan, seperti hidangan makanan spesial, ruang luas yang

nyaman, dan ruang rapat yang bersifat lebih pribadi dan eksklusif. Hotel ini juga memiliki ukuran *ballroom* dan *meeting room* yang besar serta variatif tergantung pada kebutuhan tamu. Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel juga memiliki fasilitas *Lobby Bar Lounge* dimana tamu dapat bersantai sambil memesan minuman dan makanan ringan. Restoran Anigre milik Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel adalah restoran yang menyediakan hidangan khas mancanegara dengan kualitas terbaik. Fasilitas lainnya yang disediakan oleh Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel adalah kolam renang dengan taman yang luas dan juga pusat kebugaran dengan alat yang lengkap.



Gambar 2. 3 *Presidential Suite Room* Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024



Gambar 2. 4 *Main Ballroom* Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024



Gambar 2. 5 Lobby Lounge Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024



Gambar 2. 6 Club Lounge Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024



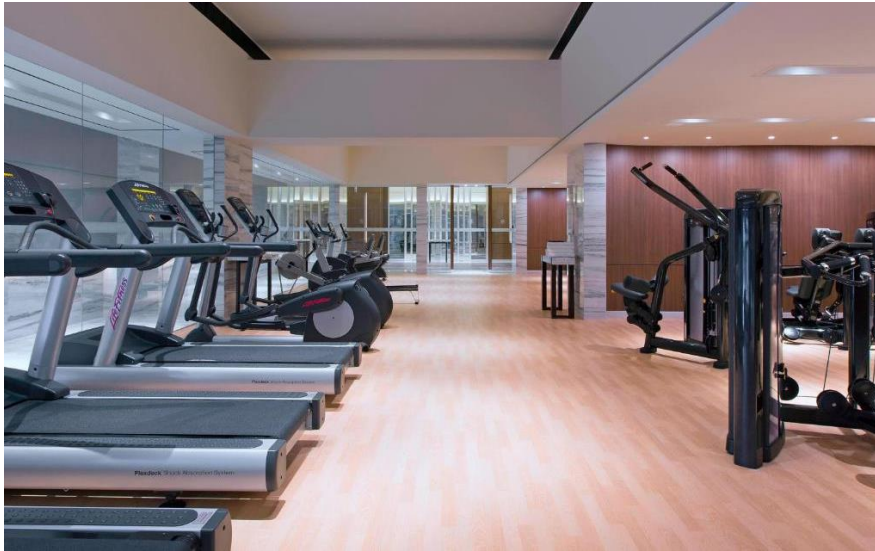
Gambar 2. 7 *Anigre Restaurant* Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024



Gambar 2. 8 Kolam Renang Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024



Gambar 2. 9 Pusat Kebugaran Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024

Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel banyak di kenal oleh masyarakat karena lokasinya yang menyambung dengan Gandaria City Mall di Jalan Sultan Iskandar Muda, Jakarta Selatan. Hal ini tentu memudahkan akses para tamu untuk menambah hiburan dan pengalamannya saat menginap. Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel juga sangat di kenal tidak hanya kemewahan desain interiornya, namun juga karena banyaknya seni di hotel tersebut. Pada beberapa sudut hotel, terdapat beberapa hasil karya lukisan dan patung seniman lokal maupun internasional. Seni-seni tersebut tentu menambahkan nilai keunikan maupun nilai artistik kuat yang menambah ciri khas hotel. Para tamu hotel dapat menikmati keindahan seni-seni yang dipajang saat berkunjung atau menginap.





Gambar 2. 10 Seni Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, 2024

## 2.2 Visi dan Misi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Pada setiap perusahaan, visi misi dibuat untuk mencapai tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Visi misi ini menggambarkan seluruh nilai-nilai yang ingin dijalankan perusahaan sebagai panduan. Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel yang berada dibawah Marriott International memiliki visi dan misi yang dijalankan agar tetap menjadi hotel dengan dedikasi pelayanan dan pemberian kualitas terbaik kepada tamu sebagai berikut (Marriott Investor Relation, 2024):

### VISI

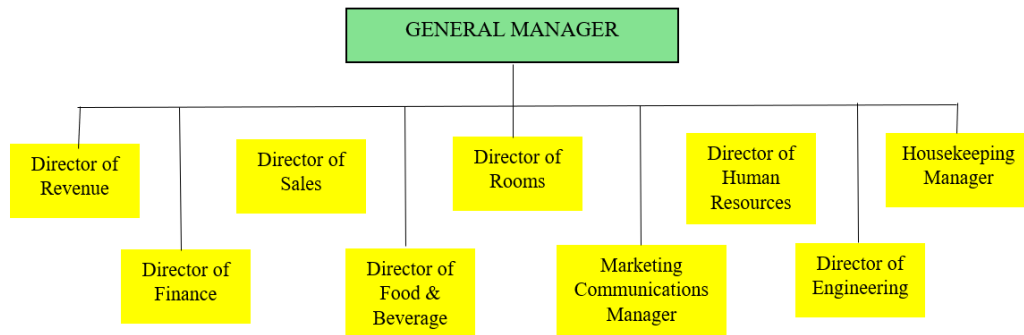
*'Marriott International aspires to be the world's most distinguished global travel company'* yang memiliki arti bahwa seluruh properti yang berada dibawah Marriott International berkomitmen untuk memberikan pelayanan, pengalaman, dan hubungan emosional yang mendalam kepada para tamu. Sheraton hotels yang berada dibawah Marriott International ingin menjadi perusahaan yang menjadi pilihan utama masyarakat dari berbagai keunggulan yang diberikan dalam memberikan pengalaman tidak terlupakan sesuai dengan *core values* yang diterapkan oleh para pemangku kepentingannya.

### MISI

*'Connect cultures and inspire discovery around the world'* yang mengartikan bahwa Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel ingin menghubungkan tamu-tamu dengan keunikan budaya di berbagai destinasi pada properti-properti Marriott Internatinal di seluruh dunia. Marriott International mementingkan interaksi antar karyawan dan para tamu dengan memperkenalkannya pada tradisi dan keindahan lokal destinasi yang dikunjunginya. Tidak hanya itu, Marriott International ingin menginspirasi tamu untuk mengeksplorasi dunia dan menghargai keberagaman budaya unik masing-masing.

### 2.3 Struktur Organisasi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Dari data perusahaan pada tahun 2024, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel memiliki struktur organisasi karyawan sebagai berikut:



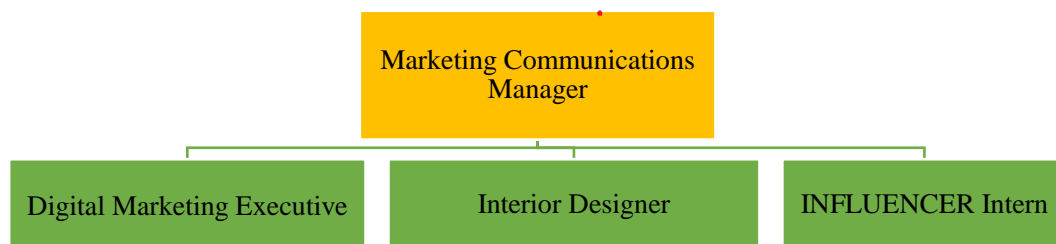
Gambar 2. 11 Struktur Organisasi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024

Setiap perusahaan dalam industri perhotelan memiliki struktur organisasi yang bermanfaat sebagai kerangka turunan yang terstruktur. Struktur organisasi memungkinkan para karyawan pada tiap departemen di hotel tersebut memfokuskan apa yang menjadi tanggung jawabnya karena lebih jelas kerangkanya. Pembuatan struktur organisasi dengan dibaginya departemen sesuai dengan kebutuhan berjalannya operasional hotel berguna agar para tenaga kerja bisa bekerja dengan memahami tanggung jawabnya. Tidak hanya itu, dengan adanya struktur organisasi yang jelas pada suatu perusahaan dapat mendorong kerjasama antar departemen karena komunikasi terjalin dengan lancar, sehingga pengambilan keputusan mampu didiskusikan dengan lebih terbuka antar departemen.

Adanya struktur organisasi pada Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel membuat masing-masing peran sumber daya di hotel ini menjadi lebih optimal karena terbagi sesuai dengan peran masing-masing sehingga mampu berjalan dengan lebih efisien. Struktur organisasi Sheraton Grand Jakarta

Gandaria City Hotel pada posisi tertinggi adalah General Manager. General Manager membawahi Executive Chef, Director of Housekeeping, Director of Food and Beverage, Director of Finance, Director of Revenue, Director of Sales, Marketing Communications Manager, Director of Engineering, Director of Human Resources.



Gambar 2. 12 Struktur Departemen Marketing Communications

Sumber: Dokumen Perusahaan , 2024

Dalam suatu perusahaan terutama pada industri perhotelan, kegiatan pemasaran dilakukan untuk mendapatkan perhatian serta minat dari masyarakat terhadap hotel tersebut. Industri perhotelan melakukan kegiatan komunikasi pemasaran melakukan berbagai aktivasi serta strategi pemasaran dengan berbagai tujuan seperti untuk membangun citra positif hotel, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap hotel, dan untuk menarik masyarakat. Dalam menjaga citra positif hotel dan meningkatkan kesadaran masyarakat, berbagai kegiatan dilakukan oleh Departemen Marketing Communications seperti mengelola hubungan yang baik dengan media dan juga dengan para *influencer* karena mereka memiliki pengaruh yang besar dan jangkauan yang luas bagi masyarakat. Departemen Marketing Communications juga secara rutin melakukan pembuatan konten pemasaran guna membuat masyarakat menjadi lebih tertarik dalam melakukan pembelian jasa ataupun barang yang ditawarkan oleh hotel. Konten-konten yang dibuat tersebut diproduksi dengan kualitas yang tinggi dan dikemas dengan menarik

untuk dipasarkan melalui berbagai *platform* seperti media sosial, TV kamar, *Official Website*, dan lain-lain. Kegiatan yang dilakukan tersebut juga memberikan pengaruh dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap hotel, terlebih dengan didukung kegiatan lainnya seperti mengadakan acara menarik di hotel, memasarkan konten melalui media sosial, membuat program loyalitas dengan konsumen, dan mengoptimalkan *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Search Engine Marketing* (SEM) agar hotel lebih familiar pada masyarakat. Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel memiliki Departemen Marketing Communications yang aktif dalam melaksanakan kegiatan marketing communications. Berikut posisi dan juga penjelasan tentang pekerjaan masing-masing anggota Departemen Marketing Communications dan hubungannya dalam proses kerja magang *track 2* menjadi :

#### A. Marketing Communications Manager

Marketing Communications Manager memiliki peran utama dalam bertanggung jawab agar pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang direncanakan berhasil dijalankan. Peran lainnya adalah untuk membuat strategi dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap hotel, membangun citra positif, serta memperkuat posisi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel diantara hotel-hotel lainnya. Marketing Communications Manager memastikan seluruh kegiatan marketing communications dilaksanakan secara konsisten yang mencakup pemasaran secara *digital*, acara-acara menarik, serta pembuatan konten pemasaran dengan kualitas terbaik untuk membuat masyarakat tertarik. Tentu konten-konten pemasaran tersebut dibuat dengan konsisten dan juga relevan sesuai dengan hal-hal yang ingin dipromosikan oleh hotel. Marketing Communications Manager juga menjaga hubungan baik dengan media dan juga *influencer* untuk memperluas jangkauan pemasaran yang dilakukan. Berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan diukur dan dianalisa efektivitasnya agar mampu mendapatkan hasil terbaik.

#### B. Digital Marketing Executive

Digital Marketing Executive memiliki tanggung jawab untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran melalui *platform digital* seperti iklan media sosial, official

website, email, dan juga *Online Travel Agent* (OTA) seperti Tripadvisor maupun Traveloka. Kegiatan pemasaran yang dilakukan pada *platform digital* ini dilaksanakan secara rutin sesuai dengan promosi yang sedang berjalan guna untuk menarik perhatian masyarakat. Tidak hanya itu, Digital Marketing Executive juga menganalisis data dan hasil dari pemasangan iklan di *platform digital* guna mengetahui efektifitas iklan yang dijalankan agar strategi komunikasi pemasaran dapat terus dimaksimalkan.

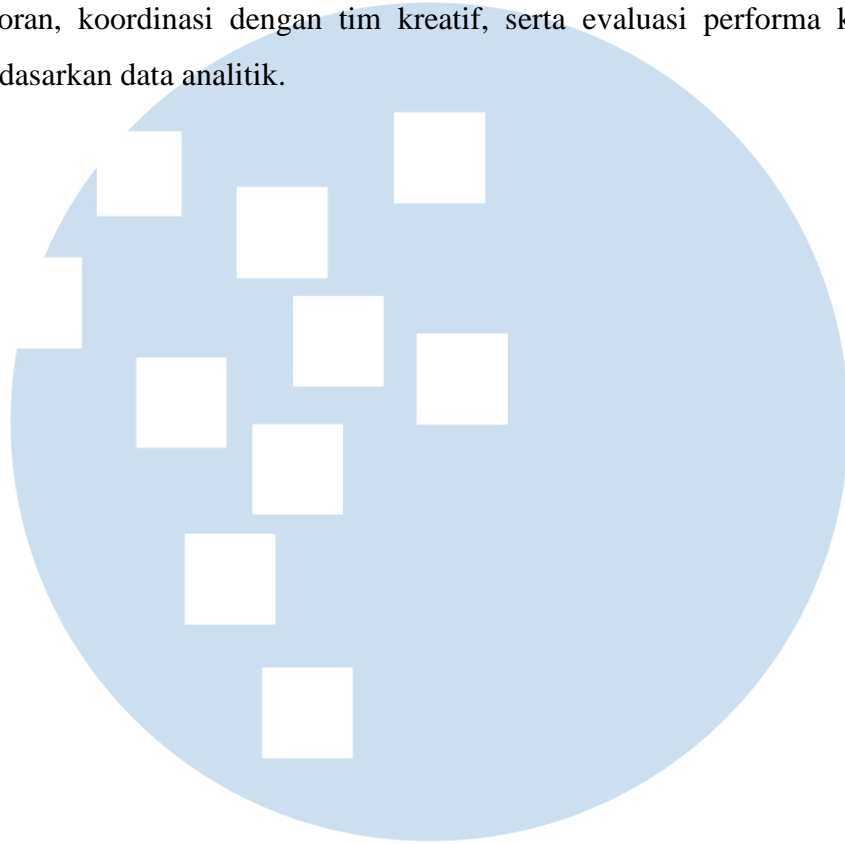
#### C. Graphic Designer

Pada Departemen Marketing Communications, Graphic Designer memiliki tanggung jawab dalam membuat desain visual materi pemasaran yang dilakukan untuk mendukung kegiatan pemasaran hotel. Materi atau konten visual tersebut dapat berupa brosur, konten promosi, iklan, desain official website, dan lainnya. Desain visual yang dibuat tentu mengikuti guidelines yang telah dibuat oleh Marriott International agar memiliki estetika yang menarik dan juga sesuai dengan arahan perusahaan. Graphic Designer secara rutin berdiskusi dengan departemen lainnya seperti Departemen Food and Beverage mengenai materi desain promosi yang ingin dibuat sehingga sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipasarkan hotel.

#### D. KOL Specialist Intern

KOL Intern memiliki tanggung jawab dalam membantu mengelola dan mengembangkan hubungan baik dengan para *influencer* atau figur publik yang memiliki pengaruh besar di media sosial. Dalam peran ini, KOL Specialist Intern akan melakukan riset untuk menemukan *influencer* yang sesuai dengan target pasar dan tujuan pemasaran brand. Selain itu, KOL Specialist Intern juga terlibat dalam kegiatan komunikasi langsung dengan *influencer*, baik untuk negosiasi kolaborasi, dan memastikan bahwa konten-konten yang dibuat oleh para *influencer* sesuai dengan arahan yang telah dibuat KOL Specialist Intern di Departemen Marketing Communications. Selain itu, KOL Specialist Intern juga memiliki tanggung jawab untuk menganalisa efektivitas hasil kinerja unggahan *influencer* melalui *engagement* dengan menyusun laporan hasil analisa. Kemampuan manajemen waktu dan ketelitian sangat dibutuhkan karena

intern harus dapat menangani banyak tugas sekaligus, seperti pembuatan laporan, koordinasi dengan tim kreatif, serta evaluasi performa kampanye berdasarkan data analitik.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA