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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan kebijakan pemerintahan yang sentralis menjadi otonomi daerah dirasakan sebagai suatu kesempatan bagi masyarakat di suatu kotamadya atau kebupaten. Melalui otonomi daerah. aset-aset daerah seperti perekonomian. kebudayaan dan pariwisata dapat dikelola bersama antara pemerintah daerah dan masyarakat guna meningkatkan produktivitas daerahnya. Segi kehidupan mana yang paling menarik bisa terus diolah agar mampu sebagai keunggulan dan bidang yang lain akan dengan sendirinya mengikuti. Berbagai pembangunanpun kini gencar dilakukan di kota-kota satelit Jakarta seperti kota Tangerang untuk mengakomodasi kebutuhan tersebut. Peluang inilah yang telah menginspirasi PT. Pancakarya Griyatama berinisiatif menghadirkan Tangcity *Mall* di kota Tangerang. Terutama, sejak semakin banyak kaum urban tinggal di kota Tangerang dan sekitarnya. Tentunya, kebutuhan fasilitas hidup gaya kota metropolitan semakin mendesak. Itulah sebabnya, pengembang kawasan Tangerang City meresponnya dengan mempercepat pembangunan Tangcity *Mall* yang tengah dikerjakan. Saat ini, pembangunan struktur sudah mencapai 60% (Trivo, 2015, p.1).

Persaingan dalam bisnis hotel tersebut membuat para pengusaha hotel berusaha untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan, di mana hotel juga desain dengan baik untuk menimbulkan suasana yang dapat membuat pengunjung atau tamu tertarik pada tempat tersebut. Selain itu juga banyak hotel yang digunakan sebagai tempat resepsi, seminar, rapat perusahaan dan lain sebagainya, sehingga hal ini merupakan sebuah peluang bisnis bagi pengusaha hotel dan juga sebuah bentuk pelayanan jasa bagi konsumennya. Di dalam dunia bisnis saat ini peranan pemasaran mulai disadari oleh hotel bahwa hal ini sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup hotel mereka. Pemasaran pada dasarnya adalah membangun sebuah merk (*brand*) di benak konsumen. Pemasaran dapat dilakukan dengan iklan, promosi penjualan, kehumasan, yang bertujuan untuk memperkenalkan produk

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

hotel sekaligus berusaha untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa di hotel tersebut. Seperti hotel lain yang bergerak di bidang jasa, Persaingan adalah hal yang nyata bagi semua pelaku bisnis, tidak terkecuali Hotel Novotel Tangerang.

Gubernur Banten Rano Karno mengatakan pertumbuhan pembangunan hotel di kota Tangerang terus meningkat pada tahun 2012 sebesar 3.2 persen dan tahun 2014 meningkat sampai dengan 3.6 persen (Ganet, 2014, p. 1).

Pembangunan *property* hotel di tanah kota Tangerang seluas 184,24 kilometer persegi dan diisi oleh 1,9 juta jiwa pada tahun 2013. Berdasarkan data Badan Pengendalian Lingkungan Hidup (BPLH) Kota Tangerang jumlah total hotel yang telah berdiri di wilayah ini tidak kurang dari 1.569 unit yang terdiri dari berbagai macam kelas. Hotel kelas melati memiliki pertumbuhan paling besar dengan mencapai 694 unit, kemudian disusul oleh hotel bintang tiga sejumlah 467 unit, bintang lima 233 unit, bintang empat 140 unit, dan bintang dua sejumlah 35 unit (Amna, 2015, p. 1).

Hotel Novotel Tangerang tempat dimana penulis melakukan praktik kerja magang merupakan Hotel pertama bintang empat di kota Tangerang yang memiliki *standart* operasional internasional di bawah naungan *Accor Group*. Novotel Tangerang juga merupakan *flag ship* Novotel wilayah Singapore, Malaysia & Indonesia.

Novotel Tangerang merupakan hotel bintang empat yang menawarkan kelas hotel bintang lima ini terletak di jantung Kota Tangerang. Hotel dapat diakses dari Bandara Internasional Soekarno - Hatta dengan jarak tempuh 20 menit. Terintegrasi dengan Tangcity Superblok, hotel ini berada di atas *Shopping Center* Tangcity. Novotel Tangerang memiliki 266 kamar yang dirancang dengan baik, hotel ini menawarkan *Restaurant, Lounge bar, Free Wifi* internet, Kolam Renang *Outdoor*, Pusat Kebugaran, Spa, 7 ruang pertemuan dan *Grand Ballroom* dengan 1600m2. Memadukan kenyamanan dan teknologi, hotel bintang empat dikota Tangerang yang dapat menjadi pilihan yang sempurna untuk bisnis dan perjalanan.

Keberadaan *Public relations* dari sebuah organisasi atau perusahaan dapat membawa citra atau *image* yang tentunya diharapkan baik sehingga masyarakat dapat percaya dan simpatik pada kualitas perusahaan tersebut. Menurut Maria

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

Assumpta Rumanti (2005, h. 7-8) *Public Relations* adalah kegiatan atau aktivitas yang proses kegiatannya melalui empat tahap, yaitu penelitian yang didahului penemuan, analisis, pengolahan data dan sebagainya; perencanaan yang direncanakan; pelaksanaan yang tepat; evaluasi, penilaian setiap tahap dan evaluasi keseluruhan.

Ruang lingkup *Public Relations* diperlukan agar dalam menjalankan kewajibannya sebagai , seorang *Public Relations* menyadari kedudukannya serta apa saja yang menjadi wewenangnya, misalnya Seorang *Public Relations* di perhotelan itu harus bisa menjaga hubungan baik dengan *client*, maupun hubungan baik dengan perusahaan dan seorang PR di perhotelan itu harus membaca koran setiap hari, seperti Koran Bisnis Indonesia, Koran Sindo, Koran Jakarta Post, Koran Media Indonesia, Koran Tangsel Post, Koran Tangerang Ekspress, Koran Satelit News dan lain-lain. Seorang *Public Relations* juga harus menjalin hubungan yang baik dengan wartawan untuk bisa bekerja sama dan menyiarkan berita tentang hotel melewati radio, stasiun televisi, media sosial dan lainnya. Seorang *Public Relations* di perhotelan itu harus mengetahui Jumlah kamar, Restoran, Ruang Meeting, Semua fasilitas yang ada di hotel, *Public relations* adalah bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. (Jefkins, 2003, h.9). *Public relations* juga bertujuan guna menciptakan, meningkatkan, mempertahankan, dan melindungi reputasi hotel. Sebagai *Public relations* juga wajib menjaga nama baik hotel dan juga menjaga hubungan baik dengan *stakeholdernya*. Kegiatan komunikasi selalu dilakukan manusia di dalam aktifitasnya sehari-hari. Kegiatan komunikasi juga berlaku di dalam kegiatan organisasi, baik itu menyangkut komunikasi internal maupun komunikasi eksternal organisasi, hubungan *Public Internal* (*Internal Public Relations*), meliputi hubungan dengan para pekerja (*Employee Relations*), hubungan dengan sesama manusia (*Human Relations*). Dan hubungan Public Eksternal (*External Public Relation*) meliputi *Press Relations, Community Relations, Customer Relations* . (Effendy, 2006, h. 23).

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

Komunikasi yang dilakukan oleh organisasi, secara internal lebih di tunjukan kepada pembinaan manajemen organisasi bagi karyawan, sedangkan komunikasi yang di lakukan secara eksternal lebih ditunjukan kepada pelayanan tugas organisasi, pembinaan hubungan baik (*relationship*), ataupun pelaksanaan kegiatan yang membutuhkan keterlibatan masyarakat/*public*. Dengan demikian hubungan baik harus terjalin baik dengan *internal* maupun *eksternal*. Komunikasi menjadi salah satu bagian yang paling penting untuk menjalin hubungan tersebut. *Public relations* bertugas memberi informasi, membujuk, dan mengintegrasikan khalayak (Ruslan, 2010, h. 16). Adanya peran *public relations* sendiri ditujukan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan melihat kepuasan masyarakat terhadap informasi-informasi yang disampaikan oleh Hotel Novotel Tangerang

Dengan jurusan penulis yaitu "*Public Relations"*, penulis dapat menuangkan ilmu yang telah diraih, terutama untuk membantu kelangsungan dan mengembangkan Pemasaran di Hotel Novotel. Peran seorang *Marketing Public relations* di Hotel Novotel Tangerang adalah mengajak, memberi tahu dan mengingatkan kembali semua fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh hotel dan menyebarluaskan semua keunggulan yang dimiliki oleh hotel. Dengan sentuhan *Marketing Public Relations*, diharapkan mampu untuk menetapkan berbagai strategi guna meningkatkan tingkat hunian hotel dan juga meningkatkan pendapatan hotel. Pemikiran-pemikiran dari *Marketing Public Relatio*ns juga berupaya membangun hubungan yang saling menguntungkan antara hotel dengan konsumen sehingga dapat tercapai tujuan dari hotel yaitu memperoleh jumlah pengunjung yang tinggi. Peranan *Marketing Public Relations* sangat dirasakan dalam pengelolahan hotel, karena pihak hotel berharap agar *Marketing Public Relations* dapat lebih meningkatkan orientasi dalam terwujudnya pengembangan *image* dari hotel. Bertolak dari kesadaran dan tanggung jawab tersebut, pihak manajemen hotel harus memahami bahwa dalam mengejar keuntungan mereka juga harus memperhatikan konsumen.

Keberhasilan dalam penjualan dan pemasaran produk hotel merupakan tanggung jawab pihak manajemen dari hotel guna menunjang pemasaran hotel maka langkah yang diambil adalah dengan membenahi dan memperbaiki semua

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

elemen di mulai dari pimpinan hingga bawahan (karyawan), dengan ditunjang pembenahan internal dan eksternal. Dari pembenahan tersebut, maka pemasaran Hotel Novotel-Tangerang meliputi peningkatan mutu dan kualitas hotel dan penambahan *event-event* hotel yang dapat mendongkrak hunian. Tingkat hunian merupakan tujuan dari hotel untuk meningkatkan *image* dari masyarakat sendiri.

Demi menjaga image yang baik untuk mencapai citra dan reputasi Hotel Novotel Tangerang yang diinginkan, serta memberikan informasi sebagai *marketing public relations*, membuat penulis ingin mengetahui lebih dalam bagaimana memonitoring berita, menjalin relasi, membuat *plan report*, membantu dan menyukseskan *event-event* atau kegiatan lain yang diselenggarakan Hotel Novotel Tangerang.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang sebagai salah satu sarana memberikan pengetahuan yang lebih luas kepada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara mengenai bagaimana ilmu yang telah dituangkan di bangku perkuliahan dengan praktik kerja nyata. Oleh karena itu, tujuan pelaksanaan praktik kerja magang bagi penulis adalah :

1. Mengetahui implementasi *Marketing Public Relations* di Hotel Novotel Tangerang.
2. Memahami dan menjalankan aktivitas-aktivitas *Marketing Public Relations* Hotel Novotel Tangerang dengan keadaan praktik kerja secara langsung yang sesungguhnya dalam dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kegiatan praktek kerja magang, penulis ditempatkan pada bagian Divisi Sales & Marketing Hotel Novotel Tangerang. Berdasarkan kebijakan dari kampus dan kebutuhan dari penulis, maka waktu untuk kegiatan kerja magang, yaitu sebagai berikut:

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis memulai pelaksanaan praktik kerja magang selama 3 bulan. Pada tanggal 12 Januari 2015 – 16 April 2015 bertempat di Hotel Novotel , Tangcity Superblock : Jl. Jend. Sudirman No. 1 Tangerang Kota – Indonesia. T: (021) 29679999 F: (021) 29038899 E: reservation@novoteltangerang.com.

Penulis mengikuti peraturan dan kebijakan perusahaan tempat kerja magang untuk memenuhi aturan jam kerja yang dimulai pada hari Senin-Jumat pukul 08.00 – 18.00 WIB (ada jadwal waktu lembur, tergantung dari jenis kegiatan/pekerjaannya). Dan jika ada media datang atau *event* berlangsung diwajibkan hadir dengan jam yang tidak ditentukan, misalnya acara visit media kerja TV Banten, atau menghadiri *anniversary*, dan lainnya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan kebijakan dan peraturan Universitas Multimedia Nusantara, penulis diwajibkan terlebih dahulu mengikuti pembekalan magang yang membahas mengenai unsur-unsur yang perlu diperhatikan pada saat hendak memulai magang. Adapun tahapan yang dilakukan oleh penulis sebelum melakukan kegiatan kerja magang yaitu:

1. **Tahap Pengajuan**
   a. Penulis mulai mencari-cari perusahaan yang hendak dijadikan sebagai tempat kerja magang
   b. Penulis mulai mengajukan permohonan kerja magang kepada pihak kampus dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (Form KM-01) sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi, untuk mendapatkan form KM-02 sehingga dapat dikirim bersamaan Dengan *Curriculum Vitae*, surat lamaran, serta proposal magang ke perusahaan yang dituju.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

c. Penulis menukarkan surat permohonan kerja magang yang sudah ditandatangani dengan surat pengantar kerja magang yang akan diberikan kepada perusahaan yang dituju.
d. Penulis mempersiapkan segala keperluan CV, surat pengantar magang, transkrip nilai, dan proposal magang. Kemudian penulis langsung mengajukan permohonan melalui pengiriman email ke HRD Novotel Tangerang di Jl. Jend Sudirman No.1, Tangerang Kota, pada tanggal 15 Desember 2014.
e. Setelah pihak Hotel Novotel Tangerang menerima surat lamaran dan berkas lainnya yang pernah dikirim penulis, kemudian Hotel Novotel Tangerang memanggil penulis melalui telepon untuk melakukan wawancara pada hari dan waktu yang telah ditentukan.
f. Keesokan harinya, penulis datang langsung ke Hotel Novotel Tangerang di Jl. Jend Sudirman No.1, Tangerang untuk melaksanakan *interview*
g. Setelah melaksanakan *interview*, pihak Hotel Novotel memberitahukan bahwa penulis sebelum melaksanakan kerja magang, penulis diwajibkan mengikuti training terlebih dahulu selama tiga hari di lingkungan Hotel Novotel Tangerang.
h. Setelah melaksanakan *training* selama tiga hari, mengenai perkenalan dengan devisi di Novotel Tangerang, tata tertib, cara berpakaian, dan *tour* keliling Novotel, mempelajari *roomtype*, dan cara *greetings* dalam mengangkat telfon“ *Good Morning/afternoon sales department erlin speking how may I help you* ?, pihak Hotel Novotel menentukan bahwa penulis dapat melaksanakan praktik kerja magang di Hotel Novotel Tangerang dibawah naungan perusahaan besar Accor Indonesia.
i. Akhirnya penulis dapat mulai melaksanakan Kerja Magang setelah mendapatkan surat berupa surat keterangan magang yang terdiri dari Form Km-03 sampai dengan form Km-07. (Adapun Form Km-03 mengenai form Kartu Kerja Magang, Form Km-04 mengenai form Kehadiran Kerja Magang, KM-05 mengenai form Laporan Realisasi Kerja Magang, KM-06 mengenai form Penilaian Kerja Magang

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

Universitas Multimedia Nusantara, Form KM-07 mengenai form Tanda Terima).

2. Tahap Pelaksanaan

a. Pelaksanaan kerja magang dimulai pada hari Senin, tanggal 12 Januari 2015 di Hotel Novotel Tangerang. Penulis diberi arahan dan bimbingan oleh Novi Janti selaku *Executive Public Relations Manager*, mengenai peraturan-peraturan yang ada di hotel dan mulai melakukan aktivitas *monitoring company*, *Own Company*, *competitor company*, dan kegiatan lainnya hingga akhir kerja magang pada hari kamis, tanggal 16 April 2015.

b. Penulis mematuhi kedisiplinan, terutama dalam ketepatan waktu yang telah ditentukan pihak Hotel Novotel Tangerang.

c. Penulis mampu bersosialisasi, berkomunikasi dengan baik, bekerja sama dengan baik, cepat tanggap dengan segala arahan yang diberikan dan dapat dengan cepat dan tepat dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh pembimbing, sehingga aktivitas kegiatan Hotel Novotel sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan secara dinamis dan profesional.

d. Selama kegiatan kerja magang berlangsung, penulis mengisi laporan realisasi kerja magang (KM-05) dan laporan kehadiran kerja magang (KM-04). Kedua form ini berguna sebagai bukti adanya kegiatan kerja magang.

3. Tahap Akhir

a. Pelaksanaan Kerja Magang berakhir pada hari kamis, tanggal 16 April 2015, kemudian penulis memberikan form penilaian kerja magang (KM-06) kepada pembimbing yang nantinya akan dikembalikan ke penulis dengan amplop tertutup.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

b. Pihak Hotel Novotel Tangerang merekomendasikan dengan memberikan surat pernyataan kepada bahwa penulis benar-benar melaksanakan kegiatan kerja magang di hotel Novotel Tangerang.
c. Penulis membuat laporan kerja magang dan terlebih dahulu melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditentukan pihak kampus, agar dalam pembuatan laporan sesuai dengan apa yang telah direalisasikan di Hotel Novotel Tangerang selama tiga bulan.
d. Setelah laporan kegiatan magang selesai, penulis menyerahkan bukti laporan magang kepada pihak Hotel Novotel Tangerang berupa formulir tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07).
e. Laporan kegiatan magang yang telah disusun dan selesai, dikumpulkan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara dan penulis mengikuti sidang magang.

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015

Tabel 1.1

Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

No	Tanggal	Waktu	Keterangan
1	Senin, 15 Desember 2014	10.00	• Pengiriman email ke HRD Novotel Tangerang-Banten
2	Senin, 5 Januari 2015	17.00	• Panggilan kerja (*Interview*) untuk melakukan training
3	Selasa, 6 Januari 2015	09.00 - 17.00	• Perkenalan dengan devisi di Novotel Tangerang, tata tertib, cara berpakaian, dan *tour* keliling Novotel
4	Rabu, 7 Januari 2015	09.00 - 17.00	• Mempelajari type kamar, dan cara greetings dalam mengangkat telfon
5	Senin, 12 Januari 2015	08.00 - 18.00	• Mulai pelaksanaan kerja magang selama 3 bulan.
6	Kamis, 16 April 2015	08.00 - 18.00	• Hari terakhir kerja magang

Implementasi marketing public..., Erlin Marsella Wijaya, FIKOM UMN, 2015