



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

Pariwisata Indonesia setiap tahunnya memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan berita yang diterbitkan Okezone.com pada tanggal 12 September 2014 dengan judul Kontribusi Terbesar Pariwisata Indonesia, memberitakan bahwa Menteri Pariwisata, Mari Elka Pangestu mengungkapkan bahwa pariwisata merupakan salah satu pendukung perekonomian negara, bahkan pertumbuhannya hingga tengah tahun 2014 ini, telah mengalahkan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,17 persen. Paling besar yang berkontribusi adalah industri restoran, perhotelan dan taman rekreasi hiburan yang sangat mempengaruhi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Pariwisata di Indonesia.

Pertumbuhan pariwisata yang positif di Indonesia memicu meningkatnya pertumbuhan industri perhotelan di Indonesia. Menurut berita yang diterbitkan oleh Tribun News pada tanggal 16 April 2014 dengan judul Kamar Baru Siap di Luncurkan membentitakan bahwa salah satu lembaga riset perhotelan dunia, STR GLOBAL yang berbasis di London, mengungkapkan bahwa jumlah pasukan unit hotel bertumbuh sebesar 35,7 persen dari tahun lalu. Pertumbuhan di atas 30 persen ini menjadikan Indonesia berada di urutan atas bersama Bangladesh, Mongolia, Myanmar, Sri Lanka, Bhutan, dan Filipina di antara negara-negara kawasan Asia Pasifik sebagai negara dengan tingkat pertumbuhan hotel terbesar.

Selain adanya pertumbuhan pariwisata yang positif, pertumbuhan industri perhotelan juga dipicu oleh adanya permintaan akomodasi hotel dan prospek bisnis yang menjanjikan. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat jumlah hunian kamar yang mencapai 50,80 persen yang didapat dari penjumlahan total tingkat hunian setiap bulannya dari kota-kota besar di Indonesia lalu dibagi dengan jumlah survei yang telah dilakukan sampai pertengahan tahun 2014. Data ini didapat dari survei Badan Pusat Statistik 2014, dapat dilihat pada tabel 1.1.

Gambar Tabel 1.1 Statistik data tingkat hunian kamar di Indonesia sampai Juli 2014

(Sumber: http://bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=16¬ab=3)

Provinsi	2014						
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Aceh	35.61	43.89	48.25	49.45	47.17	59.16	37.27
Sumatera Utara	37.14	42.00	41.14	42.17	44.85	46.64	40.10
Sumatera Barat	40.87	46.89	50.89	48.93	54.43	52.73	39.02
Riau	34.61	46.74	39.26	43.42	46.36	47.90	39.90
Jambi	48.57	44.79	41.25	46.91	50.25	46.49	44.85
Sumatera Selatan	47.78	42.41	43.46	48.69	46.13	48.33	36.98
Bengkulu	35.05	52.06	49.99	48.30	65.70	52.80	43.99
Lampung	47.94	58.83	54.09	55.82	53.43	50.16	58.09
Kep, Bangka Belitung	36.51	41.31	42.65	45.73	44.01	46.82	33.53
Kepulauan Riau	47.28	47.70	47.16	45.72	45.04	54.47	51.21
DKI Jakarta	53.55	54.67	57.32	59.28	59.62	60.41	56.72
Jawa Barat	40.48	43.54	47.00	47.42	45.46	51.06	41.20
Jawa Tengah	42.29	41.09	41.13	41.93	48.10	52.87	44.33
DI Yogyakarta	52.38	47.33	51.71	49.95	63.02	61.45	49.43
Jawa Timur	47.82	46.57	48.21	46.97	51.48	52.77	45.88
Banten	38.75	45.44	55.67	45.48	40.15	54.55	41.57
Bali	57.76	59.13	59.87	61.28	61.01	62.10	61.40
Nusa Tenggara Barat	38.71	38.60	44.12	43.01	52.57	53.24	49.15
Kalimantan Barat	43.72	53.52	50.37	47.98	53.01	53.75	46.55
Kalimantan Tengah	36.91	56.02	57.44	57.24	59.14	57.95	43.88
Kalimantan Selatan	43.85	45.40	46.99	45.86	50.80	48.60	33.14
Kalimantan Timur	56.83	56.05	64.47	56.33	57.84	61.43	51.42
Sulawesi Utara	43.93	43.73	55.46	46.84	55.16	55.99	50.75
Gorontalo	21.47	32.76	45.37	39.32	56.95	57.11	28.51
Sulawesi Tengah	47.04	47.38	60.45	53.15	56.35	58.30	36.21
Sulawesi Selatan	39.82	41.79	47.83	45.90	44.27	48.09	41.67
Sulawesi Tenggara	29.91	40.37	45.69	46.45	50.99	41.06	30.71
Total	46.98	48.81	51.29	51.33	52.72	55.40	49.09

Adanya permintaan kebutuhan akomodasi hotel ini, tidak terlepas dari adanya dukungan aktivitas *sales* dari hotel tersebut. Seperti yang diketahui oleh masyarakat luas, *sales* merupakan bagian dari divisi marketing. Dalam perusahaan, khususnya perhotelan biasanya *public relations* masih tergabung dalam divisi *marketing*. *Public Relations* dalam divisi *marketing* ini bertujuan untuk meningkatkan kegiatan marketing untuk merangsang pembelian dan

kepuasan konsumen melalui aktivitas yang dinamakan dengan *Marketing Public Relations*.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan dan menyadari akan peran dari *public relations* sebagai pendukung dari aktivitas *sales* adalah Hotel Soll Marina Serpong. *Public Relations* dalam perusahaan ini memiliki peranan yang penting dalam mendukung aktivitas penjualan dan komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas komunikasi antara perusahaan dan publiknya dalam memasarkan produk melalui kegiatan *Marketing Public Relations*. Serupa dengan pengertian dari *The British Institute of Public Relations* dalam Rosady Ruslan (2014:15) mengenai *Public Relations* menyatakan aktivitas *Public Relations* adalah mengelolah komunikasi antara organisasi dan publiknya. Dalam hal ini, komunikasi yang ingin ditekankan adalah produk dari Soll Marina Serpong itu sendiri.

Soll Marina Hotel Serpong merupakan hotel kedua yang dibangun oleh PT. Soll Marina Properti Indonesia. PT. Soll Marina Properti Indonesia merupakan grup yang bergerak di bidang perumahan dan fasilitas hiburan seperti *waterboom* serta hotel pertamanya yang dibangun adalah Aston Soll Marina Conference & Resort yang semuanya berlokasi di Pangkal Pinang, Kepulauan Bangka.

Dalam kesempatan praktik kerja magang ini, penulis secara langsung dapat melihat peran *public relations* dalam mendukung operasional perusahaan, khususnya dalam Soll Marina Hotel Serpong. *Public Relations* dalam Soll Marina Hotel Serpong ini berperan dalam mendukung aktivitas *sales* dengan menjalankan kegiatan *Marketing Public Relations*.

Peran dan fungsi *public relations* untuk mendukung aktivitas marketing dalam Rosady Ruslan (2014:246) adalah untuk memperluas pemasaran atas suatu produk serta mampu untuk memberikan pengaruh terkait citra dan identitas perusahaan serta mampu membentuk opini publik melalui berbagai kegiatan yang berdampak positif bagi perusahaan.

Menurut Thomas L. Harris, mendefinisikan *Marketing Public Relations* sebagai berikut :

“Marketing Public Relations is the process of planning and evaluating program, that encourage purchase and customer through credible communication of information and impression that identify companies and their product with the needs, concerns of customer.”

Definisi diatas, diterjemahkan sebagai Suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan proses pengevaluasian program-program yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui pengkomunikasian informasi yang dapat dipercaya melalui kesan – kesan positif yang ditimbulkan dan berkaitan dengan perusahaan.

Untuk itu *Public Relations* di Soll Marina Serpong yang tergabung dalam divisi marketing menjalankan *marketing public relations* sebagai proses pengevaluasian program yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan konsumen. Konsumen merupakan bagian yang terpenting dari keberlangsungan hidup suatu perusahaan, apalagi pada era persaingan saat ini, bukan publik yang membutuhkan perusahaan, namun justru sebaliknya, perusahaan lah yang membutuhkan publik maka dari itu Soll Marina Hotel Serpong berusaha untuk memberikan pelayanan yang prima serta memberikan kepuasan bagi konsumennya dan bagi calon konsumennya.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilakukan oleh penulis sebagai syarat kelulusan dari mata kuliah magang atau *internship* yang diambil pada semester tujuh di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Untuk itu penulis melakukan praktik kerja magang ini, selain itu juga sebagai bahan pembelajaran penulis dalam memperoleh pengalaman praktis mengenai peran *public relations* di sebuah perusahaan dan mengaplikasikan pengetahuan – pengetahuan atau ilmu, khususnya ilmu *Public relations* yang telah dipelajari dan didapat sebelumnya selama proses perkuliahan dalam dunia kerja.

Berikut ini adalah tujuan dilakukannya praktik kerja magang :

1. Untuk mengetahui aktivitas *marketing public relations* di Hotel Soll Marina Serpong.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Kerja magang ini dilakukan selama tiga bulan di Hotel Soll Marina yang terletak di Jl. Raya Serpong Km.7. Lama praktik kerja magang adalah tiga bulan, dimulai dari 1 September 2014 hingga 28 November 2014.

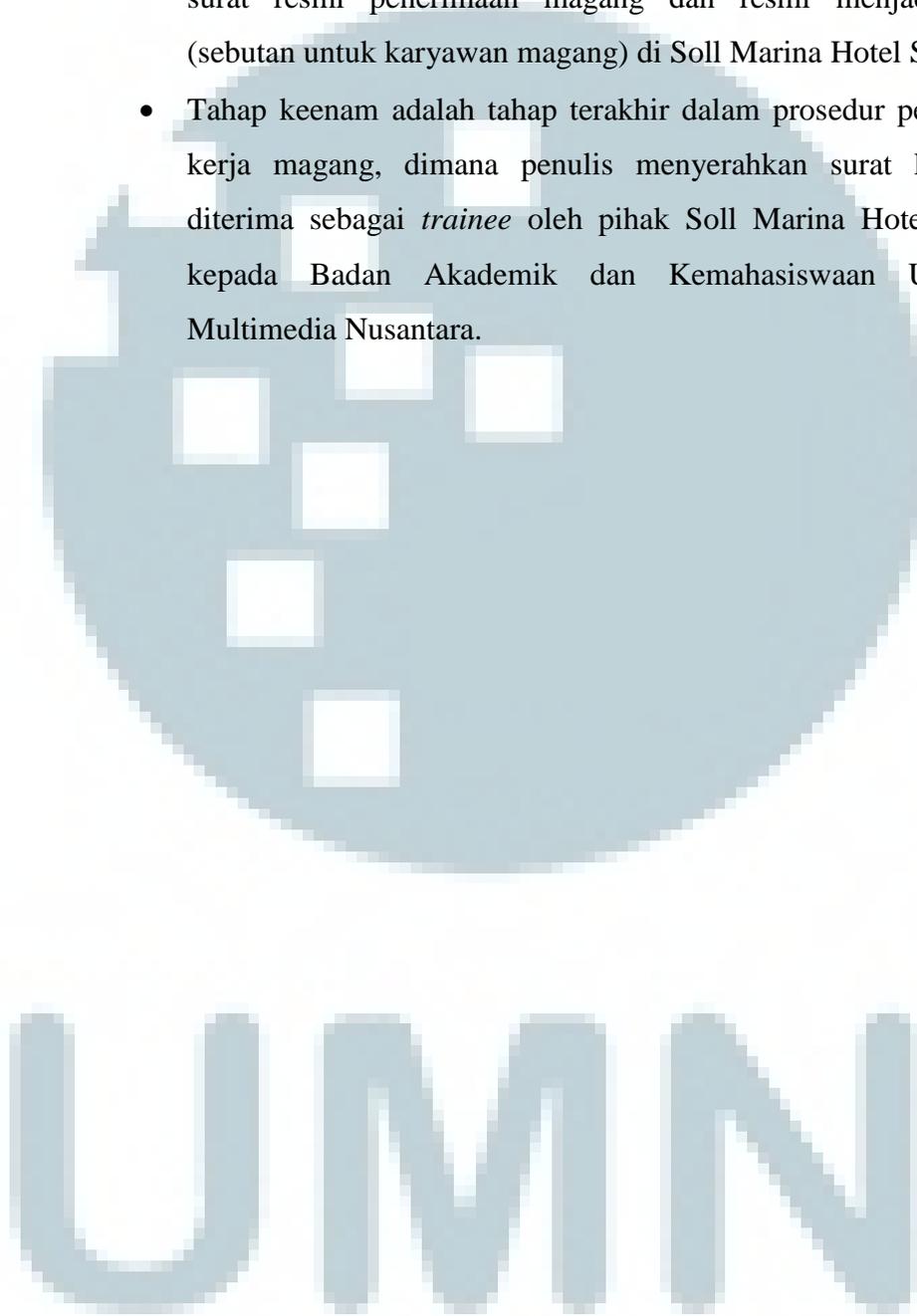
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk melaksanakan praktik kerja magang, penulis harus melewati beberapa tahapan atau prosesur sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh pihak Universitas.

- Tahapan awalnya adalah dengan mengajukan pembuatan Form KM-01 yang merupakan surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai bekal bagi peserta magang untuk mengajukan praktik kerja magang di perusahaan yang dipilih oleh peserta magang.
- Tahap kedua setelah mendapatkan surat itu, penulis mengajukan kerja magang di perusahaan yang penulis pilih, yaitu Soll Marina Hotel Serpong dengan mengirim *soft copy curriculum vitae* yang penulis kirim melalui *e-mail* beserta surat praktik kerja magang yang telah penulis buat sebelumnya dan juga penulis melampirkan transkrip nilai kepada pihak *HRD (Human Resource Department)* Hotel Soll Marina Serpong.
- Tahap ketiga adalah tahap pemberitahuan dari *HRD* Hotel Soll Marina Serpong bahwa penulis diminta untuk mengikuti wawancara pada bulan Agustus 2014 yang berlokasi di hotel Soll Marina Serpong.
- Tahap keempat adalah tahap wawancara. Pada saat wawancara penulis dipersilahkan mengisi form yang mirip dengan *curriculum*

vitae. Setelah selesai mengisi barulah dimulai tahap wawancara oleh pihak *HRD* dan *Head of Marketing* .

- Tahap kelima adalah tahap pemberitahuan dari *HRD* Hotel Soll Marina hotel bahwa penulis diterima kerja magang dan diberikan surat resmi penerimaan magang dan resmi menjadi *trainee* (sebutan untuk karyawan magang) di Soll Marina Hotel Serpong.
- Tahap keenam adalah tahap terakhir dalam prosedur pelaksanaan kerja magang, dimana penulis menyerahkan surat keterangan diterima sebagai *trainee* oleh pihak Soll Marina Hotel Serpong kepada Badan Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Multimedia Nusantara.



UMN