



### **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

Menurut laporan Indonesia Investment “Industri Pariwisata Indonesia” (2016, para. 7) laporan *Travel & Tourist Competitiveness Report* dari World Economic Forum yang mengukur sejumlah faktor dan kebijakan yang memungkinkan perkembangan berkelanjutan dari sektor *travel* dan wisata yang berkontribusi pada pembangunan dan daya *competitive* negara, Indonesia melompat dari peringkat 70 di tahun 2013 menjadi peringkat 50 di tahun 2015. Hal ini dikarenakan adanya pertumbuhan cepat kedatangan turis asing ke Indonesia.

Berdasarkan laporan yang disampaikan dalam Rappler.com “Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing ke Indonesia Meningkat pada Tahun 2015”(2016, para.1) menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada 4 Januari 2016 jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia sepanjang bulan Januari hingga November 2015 mengalami peningkatan sebesar 3,23% dibanding periode yang sama pada tahun sebelumnya. Menurut Kepala BPS Suryamin mengatakan bahwa jumlah kunjungan turis ke Indonesia pada Februari 2016 sebanyak 888.309 kunjungan, menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu sebanyak 834,9 ribu kunjungan, kenaikan 9,09% dibanding periode Januari 2016 yang mencapai 814,3 ribu kunjungan (Ariyanti, 2016, para. 2).

Keuntungan daya saing Indonesia adalah harga yang kompetitif, kekayaan sumber daya alam, dan adanya sejumlah lokasi warisan budaya. Oleh karena itu dengan bertambahnya jumlah kedatangan turis di Indonesia dikombinasikan dengan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar +5% dan pertumbuhan investasi, ada permintaan meningkat untuk hotel dan kondominium dan juga tempat-tempat konferensi dan pameran (Industri Pariwisata Indonesia, 2016, para. 18).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia menjadi berpotensi bagi jaringan hotel internasional untuk melakukan ekspansi. Tidak hanya hotel internasional, bahkan hotel-hotel lokal juga tidak mau kalah untuk membangun hotel bintang tiga ke bawah dengan harga-harga yang lebih bersahabat. Hal ini menunjukkan persaingan hotel di Indonesia menjadi semakin ketat.

Di Kota Tangerang sendiri yang memiliki luas 184,24 kilometer persegi dan diisi oleh 1,9 juta jiwa memiliki jumlah hotel hingga 1.569 unit dari berbagai macam kelas pada tahun 2013 (Amna, 2014, para. 2-3). Hal ini merupakan data dari Badan Pengendalian Lingkungan Hidup (BPLH) di Kota Tangerang. Hotel Kelas melati memiliki pertumbuhan paling besar yaitu mencapai 694 unit sedangkan hotel bintang dua berjumlah 35 unit, hotel bintang tiga berjumlah 467 unit, hotel bintang empat berjumlah 104 unit, dan hotel bintang lima berjumlah 233 unit (Amna, 2014, para. 3-4). Persaingan bisnis hotel semakin ketat dengan hadirnya hotel *budget* yang merupakan hotel bintang tiga ke bawah yang menawarkan harga lebih rendah untuk menarik tamu.

Hotel Novotel Tangerang merupakan salah satu hotel di Tangerang yang menjadi ikon gedung tertinggi pertama yang dilengkapi dengan fasilitas MICE dan kapasitas Ballroom terbesar. Hanya berjarak 12km dari Bandara Soekarno-Hatta, Novotel Tangerang sangat mudah untuk dijangkau wisatawan baik lokal maupun luar negeri. Novotel Tangerang juga memposisikan dirinya sebagai hotel bisnis, sesuai dengan lokasinya yang berada di kota industri. Dengan keunggulan tersebut peran PR sangat dibutuhkan untuk dapat mempertahankan image dan reputasi perusahaan yang sudah terbentuk. *Institute of Public Relations* (IPR) mendefinisikan PR sebagai usaha yang direncanakan untuk membentuk dan mempertahankan reputasi dan pemahaman antara perusahaan dan publiknya (Theaker, 2012, h. 3).

Kegiatan PR seperti *Media Relations*, *Corporate Communications*, *CSR*, dan lainnya dapat dilakukan dengan berbagai strategi salah satunya adalah

dengan pengadaan *event*. Menurut Duncan (2005, h. 607) *event* adalah suatu situasi atau kegiatan promosi yang terfokus pada satu hal dan dapat menarik perhatian dan melibatkan *target audience*. *Event* dilakukan perusahaan untuk dapat menarik perhatian publik atas produk baru atau aktivitas perusahaan lainnya dengan menggunakan acara khusus seperti *talkshow*, *press conference*, seminar, *outing*, pameran, *exhibition*, kompetisi, perayaan, dan juga *charity*.

Salah satu *event* yang dilakukan oleh Novotel Tangerang adalah acara Hari Kartini sebagai CSR dari Novotel. Kegiatan CSR merupakan salah satu kegiatan PR di Hotel Novotel Tangerang maupun hotel-hotel lainnya yang berada di bawah naungan Accorhotels. Program CSR milik Accorhotels dinamakan Planet21 yang terdiri dari 21 komitmen perusahaan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan. Komitmen Planet21 terdiri dari beberapa kategori antara lain kesehatan, alam, karbon, inovasi, pengembangan lokal, lapangan kerja, dan dialog.

#### LIHAT PRESTASI YANG DICAPAI HOTEL ACCOR

<p> <b>KESEHATAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 97% hotel menggunakan produk berlabel ramah lingkungan.</li> <li>&gt; 97% hotel mendukung hidangan seimbang.</li> <li>&gt; 74% hotel mengadakan pelatihan pencegahan penyakit untuk karyawan.</li> </ul> <p> <b>ALAM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; -5,6% penurunan penggunaan air antara 2011 dan 2014 (hotel dimiliki/disewagunakan, dan dikelola).</li> <li>&gt; 88% hotel mendaur ulang limbahnya.</li> <li>&gt; 46% berpartisipasi di proyek reboisasi Plant for the Planet.</li> </ul> <p> <b>KARBON</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; -4,5% penggunaan energi antara 2011 dan 2014 (hotel dimiliki/disewagunakan, dan dikelola).</li> <li>&gt; 9% hotel menggunakan energi yang diperbaharui.</li> </ul> <p> <b>INOVASI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 40% hotel memiliki setidaknya tiga komponen kamar berdesain ramah lingkungan.</li> </ul>	<p> <b>LOKAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 48% hotel berkomitmen untuk melindungi anak-anak.</li> <li>&gt; 87% hotel membeli dan mempromosikan produk lokal.</li> <li>&gt; 93% hotel melarang spesies laut yang terancam punah ada di menu.</li> </ul> <p> <b>LAPANGAN KERJA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 69% manajer hotel dipromosikan dari mobilitas internal (hotel dimiliki/disewagunakan, dan dikelola).</li> <li>&gt; Jumlah wanita yang menjabat sebagai manajer hotel sebesar 27% (hotel dimiliki/disewagunakan, dan dikelola).</li> <li>&gt; 60% negara menyelenggarakan survei pendapat karyawan setiap dua tahun sekali.</li> </ul> <p> <b>DIALOG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Accor termasuk dalam 3 standar atau indeks investasi yang bertanggung jawab secara sosial yang diakui secara internasional.</li> <li>&gt; 40% dari hotel non-budget, di seluruh struktur operasi, bersertifikat ISO 14001.</li> <li>&gt; 80% pembelian kontrak sesuai dengan Perjanjian Pengadaan 21 kita.</li> </ul>
---	---

Gambar 1.1 Prestasi Accorhotels dalam Planet21  
(www.accorhotels.com)

Pada tahun 2016 ini acara Planet21 menggunakan tema “*My Local Impact*” yang terdiri dari 2 kategori yaitu *local environment* atau *local communities*. Novotel Tangerang menjalankan 2 kegiatan CSR untuk *local*

*communities* sebagai bentuk kepedulian Novotel Tangerang kepada masyarakat di sekitar Kota Tangerang.

*Event* pertama yang dilakukan adalah untuk merayakan Hari Kartini pada 21 April 2016 dengan tema “*Life Balance Kartini Masa Kini*” yang dikhususkan untuk wanita-wanita di Kota Tangerang dengan mengundang beberapa wanita inspiratif di Kota Tangerang sebagai pembicara. Acara yang kedua adalah mengunjungi Kampung Pisang di Kota Tangerang pada 25 April 2016 dengan tema “*Planet21 in Action*”.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan praktik kerja yang dilakukan penulis di Hotel Novotel Tangerang adalah:

1. Mahasiswa dapat mengetahui secara langsung proses perencanaan *event management* di Hotel Novotel Tangerang.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktek kerja magang dilakukan di Hotel Novotel Tangerang di Tang City Superblock, Jl. Jend. Sudirman no. 1, Kec. Tangerang, Banten, departemen *Sales and Marketing* sebagai *Public Relations*. Praktik kerja magang dilakukan selama tiga bulan dimulai dari 22 Februari 2016 sampai dengan 20 Mei 2016. Jam kerja selama proses kerja magang adalah pukul 08.30 – 17.30. Selama praktik kerja magang penulis dibimbing oleh Lisa Indra selaku *Marketing Manager* Hotel Novotel Tangerang.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum melakukan kerja magang, ada prosedur yang harus dijalankan. Prosedur tersebut terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

### 1. Pengarahan

Pihak kampus memberikan arahan kepada mahasiswa mengenai praktek kerja magang.

### 2. Administrasi

Mahasiswa mengajukan formulir permohonan kerja magang yang telah disediakan oleh kampus untuk bisa mendapatkan surat pengantar kerja magang serta *transcript* nilai.

### 3. Proses Pengajuan Magang

Mahasiswa mengajukan *Curriculum Vitae* (CV), *Cover Letter*, *transcript* nilai dan Surat Pengantar Magang dari kampus kepada Nismah Tanjung selaku *Training Manager* Novotel Tangerang yang dikirim melalui email [training@novoteltangerang.com](mailto:training@novoteltangerang.com)

### 4. Proses Wawancara dan Penerimaan

- Perusahaan menghubungi untuk melakukan wawancara yang diadakan pada 22 Januari 2016 pukul 09.00 di Hotel Novotel Tangerang. Wawancara dilakukan dengan Lisa Indra selaku *Marketing Manager*.
- Setelah proses wawancara mahasiswa menunggu kabar dari Novotel Tangerang. Seminggu kemudian penulis dihubungi oleh *Training Manager* melalui telepon bahwa mahasiswa diterima untuk melakukan kerja magang di Novotel Tangerang. Mahasiswa diberikan surat tata tertib yang harus ditandatangani mahasiswa, pihak kampus, serta orang tua sebagai tanda bahwa penulis paham oleh peraturan Novotel Tangerang selama melakukan kerja magang. Kemudian surat tata tertib tersebut dikembalikan kepada *Training Manager* untuk mendapatkan surat keterangan bahwa mahasiswa sudah diterima.
- Penulis memberikan surat keterangan kerja kepada kampus untuk mendapatkan kartu kerja magang dan lembar absen kerja magang (KM-03 – KM-07) yang harus ditandatangani oleh pembimbing lapangan.