



### **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

Kondisi kota Tangerang yang relatif aman dan bersih, memberikan dampak yang positif dalam dunia bisnis, khususnya pada dunia jasa dan pariwisata. Dapat dilihat dari semakin ramainya lalu lalang masyarakat lokal maupun mancanegara di Tangerang. Kembalinya kejayaan industri sektor jasa di Tangerang, tidak hanya karena kondisi yang aman namun juga tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang semakin canggih serta peningkatan pengetahuan dan arus informasi yang semakin maju sehingga banyak sekali hadirnya perusahaan-perusahaan jasa dengan berbagai jenis layanan, bahkan ditunjang juga dengan kelengkapan fasilitas yang memberikan layanan jasa lainnya.

Setiap perusahaan tentu selalu berusaha untuk mendapatkan citra dan reputasi positif terhadap publiknya yang menjadi *stakeholder* perusahaan, sehingga masing-masing perusahaan berlomba-lomba menerapkan strategi tertentu untuk mempertahankan kondisi perusahaan. Hal ini juga terjadi pada bisnis jasa perhotelan, masing-masing hotel pasti memberikan bermacam-macam jenis layanan jasa serta inovasi - inovasi baru sebagai alat untuk menarik perhatian dan memperoleh citra serta reputasi yang baik di mata publiknya.

Ditengah tuntutan perusahaan yang semakin ketat juga, seluruh perusahaan saling berlomba-lomba mempertahankan eksistensinya dengan melakukan suatu pembaharuan yang tetap bersandar terhadap kebutuhan *target audiencenya*, juga harus mengerti dan memahami apa yang dibutuhkan oleh publiknya sehingga suatu organisasi dapat dengan mudah menanamkan *awareness*. Hal tersebut dapat memberikan dampak yang positif guna meningkatkan *profit* bagi perusahaan dan

juga membuat *customer* merasa nyaman dengan sebuah perusahaan sehingga akhirnya timbul *loyal customer*.

Tentunya Novotel Tangerang merupakan bidang *industry hospitality* yang memiliki karakteristik sendiri yaitu seluruh karyawan dituntut untuk selalu rapih dan bersih dalam berpakaian (*grooming*), selalu beroperasi selama 24 jam sehari tanpa adanya hari libur dalam pelayanan jasa terhadap pelanggan hotel dan masyarakat pada umumnya dan memperkerjakan SDM yang banyak.

Di Tangerang sendiri, sudah banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan, semua tersebar luas di kota Tangerang mulai dari yang berbintang empat sampai dengan hotel sekelas melati. Salah satunya adalah hotel Novotel Tangerang yang bergerak di bidang tersebut. Hotel yang beralamat di Tangcity Superblock, Jl. Jend Sudirman No.1, Tangerang ini, merupakan salah satu hotel berbintang empat yang berdiri tepat ditengah jantung kota yang dekat pusat perbelanjaan yaitu Tangerang City Mal dan letak yang strategis dekat bandara.

Hotel Novotel Tangerang tempat dimana penulis melakukan praktek kerja magang merupakan salah satu hotel bintang empat dikota Tangerang dengan fasilitas lengkap yang disuguhkan. Sehingga penulis merasa tertarik untuk menjadi salah satu bagian dalam Hotel Novotel Tangerang. Dengan jurusan penulis yaitu "*Public Relations*", penulis dapat menuangkan ilmu yang telah diraih, terutama untuk membantu mempertahankan kelangsungan Hotel Novotel Tangerang yang pada saat ini masih dalam tahap baru dan akan melaksanakan *Grand Opening*. Dimana Hotel Novotel Tangerang merupakan salah satu hotel yang merupakan anak perusahaan besar Accor Indonesia.

Kehadiran Hotel Novotel Tangerang, menambah pilihan akomodasi yang cukup berkelas dengan bintang empat khususnya di kota Tangerang. Tentu dengan banyaknya saingan hotel di Tangerang, membuat Hotel Novotel Tangerang harus lebih aktif menghadapi persaingan yang kuat dengan kompetitornya untuk menumbuhkan citra dan reputasi yang kuat kepada masyarakat. Hal ini tentu

menuntut peran *public relations* yang aktif secara strategis untuk membangun *mutual understanding* serta menciptakan citra dan reputasi yang diharapkan perusahaan kepada seluruh stakeholdernya. Seperti yang dikatakan oleh Elvinaro mendefinisikan *public relations* adalah sebagai “jembatan” antara perusahaan dengan publiknya, terutama tercapainya *mutual understanding* (saling pengertian) antara perusahaan dengan publiknya. (Ardianto, 2004, h. 3).

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang kuat, Hotel Novotel Tangerang menyadari pentingnya *public relations* yang berperan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang Hotel Novotel Tangerang. Hotel Novotel Tangerang merupakan salah satu hotel yang menganggap pentingnya aktivitas *public relations* walaupun di hotel Novotel belum memiliki divisi khusus untuk *public relations*. Fungsi dari adanya *public relations* ini adalah untuk menjalankan atau mendukung aktivitas marketing yang ada di hotel.

*Public relations* adalah semua 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*. 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. Adanya peran *public relations* sendiri ditujukan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan melihat kepuasan masyarakat terhadap informasi-informasi yang disampaikan oleh Hotel Novotel Tangerang.

Hotel Novotel Tangerang mengadakan berbagai kegiatan internal maupun external, kegiatan-kegiatan yang diadakan mempererat hubungan dengan stakeholder. Hotel Novotel Tangerang juga aktif memberikan informasi-informasi

seputar hotel dan liburan di social media. Rutin beramah-tamah dengan para media seperti kunjungan ke berbagai media cetak maupun online, mengundang para media untuk menikmati fasilitas hotel dan mengadakan *media gathering* maupun *press conference*. Dengan adanya hubungan yang baik dengan media-media, maka ikut membantu kinerja marketing di hotel. Dengan membantu manajemen dalam hubungan ini membawa keuntungan bagi divisi Sales & Marketing hotel yang tentu saja menaikkan profit demi keberlangsungan hotel.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

1. Mengetahui dan mempelajari aktivitas *Public Relations* di Hotel Novotel Tangerang
2. Memahami peran *Public Relations* di Hotel Novotel Tangerang

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

Penulis melaksanakan kegiatan magang di Divisi Sales & Marketing Hotel Novotel Tangerang. Waktu kegiatan magang ini dilaksanakan sesuai dengan kebijakan dari kampus dan kebutuhan dari penulis.

### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

Penulis melaksanakan kegiatan magang di Hotel Novotel Tangerang, Tangcity Superblock, Jl. Jend Sudirman No.1, Tangerang, Banten 15117. Kegiatan kerja magang dilakukan selama 3 (tiga) bulan dimulai dari tanggal 29 September 2014 sampai dengan 23 Desember 2014. Kegiatan magang dilaksanakan setiap hari Senin sampai Kamis pada pukul 08.00 WIB sampai pukul 17.00 WIB dan serta jika ada media datang atau *event* berlangsung diwajibkan hadir dengan jam yang tidak ditentukan.

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

Sebelum melaksanakan kegiatan kerja magang, penulis diwajibkan mengikuti bimbingan magang yang telah ditentukan oleh pihak kampus. Penulis juga sudah terlebih dahulu meminta transkrip nilai aktif kepada BAAK yang nantinya akan diberikan kepada perusahaan yang dituju. Berikut ini merupakan beberapa tahap yang dilakukan oleh penulis sebelum melakukan kegiatan kerja magang yaitu:

#### **1.3.2.1 Tahap Pengajuan**

1. Penulis menentukan beberapa perusahaan yang diinginkan untuk melaksanakan praktik kerja magang.
2. Penulis mengajukan surat permohonan kerja magang yang akan ditandatangani oleh kaprodi.
3. Penulis menukarkan surat permohonan kerja magang yang sudah ditandatangani dengan surat pengantar kerja magang yang akan diberikan kepada perusahaan yang dituju.
4. Penulis mempersiapkan segala keperluan CV, surat pengantar magang, transkrip nilai, dan proposal magang. Kemudian penulis datang langsung ke Hotel Novotel Tangerang di Jl. Jend Sudirman No.1, Tangerang.
5. Kemudian Hotel Novotel Tangerang memanggil penulis melalui telepon untuk melakukan wawancara pada hari dan waktu yang telah ditentukan, kemudian keesokan harinya pihak Hotel Novotel Tangerang memberitahukan bahwa penulis diterima magang di Hotel.

### **1.3.2.2 Tahap Pelaksanaan**

Penulis diterima magang pada tanggal 23 September 2014 di Hotel Novotel Tangerang. Pada hari pertama pelaksanaan kerja magang dimulai, penulis mendapat arahan dari pembimbing magang di hotel. Penulis dibimbing oleh Ibu Novi Janti selaku *Public Relations Manager*. Penulis diberitahu mengenai peraturan-peraturan yang ada di hotel. Penulis juga diberitahukan pakaian yang dikenakan selama praktik kerja magang.

Penulis juga diharapkan disiplin dalam bekerja dan penulis diharapkan tepat waktu mengikuti waktu yang sudah ditentukan pihak hotel. Ketepatan waktu dibutuhkan karena menjadi salah satu penilaian bagi peserta magang.

Penulis juga diharapkan aktif, mampu berkomunikasi dengan baik, dan juga dapat bersosialisasi dengan orang-orang yang bekerja di Hotel Novotel Tangerang serta dapat bekerjasama dengan baik. Penulis juga diharapkan cepat tanggap dengan segala arahan yang diberikan dan dapat dengan cepat dan tepat dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh pembimbing.

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.

### **1.3.2.3 Tahap Akhir**

1. Setelah kegiatan kerja magang berakhir kemudian pada tanggal 23 Desember, penulis memberikan form penilaian kerja magang (KM-06) kepada pembimbing yang nantinya akan dikembalikan ke penulis dengan amplop tertutup.
2. Setelah kegiatan kerja magang berakhir hotel memberikan surat pernyataan bahwa penulis benar-benar melaksanakan kegiatan kerja magang di hotel Novotel Tangerang.

3. Penulis kemudian melanjutkan kegiatan dengan menulis laporan kerja magang. Dalam menulis laporan kerja magang, penulis diwajibkan melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditentukan oleh pihak kampus.
4. Setelah laporan kegiatan magang selesai penulis menyerahkan bukti laporan magang kepada hotel berupa formulir tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07).
5. Laporan yang telah selesai kemudian akan dikumpulkan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan oleh pihak kampus dan penulis mengikuti sidang magang.



UMN



## Tabel Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

No	Tanggal	Keterangan
1	Jumat, 19 September 2014	Mengajukan proposal magang ke Hotel Novotel Tangerang
2	Senin, 22 September 2014	Panggilan <i>interview</i> dari pihak Hotel Novotel Tangerang yang dilaksanakan di lt. <i>basement</i> Hotel
3	Selasa, 23 September 2014	<i>Interview</i>
4	Rabu, 24 September 2014	Pemberitahuan pihak Hotel Novotel Tangerang mengenai penerimaan magang
5	29 September 2014 – 23 Desember 2014	Pelaksanaan kerja magang selama tiga bulan

UMMN