

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan sekaligus memperluas pengalaman dan wawasan di bidang *Marketing*, penulis memilih untuk melaksanakan kegiatan magang di Hotel Dafam Semarang, sebuah hotel berbintang 4 yang memiliki reputasi baik dan profesionalisme tinggi dalam industri perhotelan di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Tengah. Hotel Dafam Semarang menjadi tempat yang ideal untuk mempelajari penerapan strategi *Public Relations* di industri perhotelan.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang bertanggung jawab untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara organisasi dan publik, yang merupakan bagian penting dari keberhasilan atau kegagalan organisasi. PR juga merupakan fungsi strategis yang berkontribusi langsung terhadap pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks industri perhotelan, Kotler, Bowen, dan Makens (2017) menyatakan bahwa *Public Relations* memiliki peran yang sangat vital dalam membangun *brand awareness*, mengelola reputasi, dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan stakeholders. Hotel sebagai bisnis jasa yang sangat bergantung pada kepercayaan dan reputasi memerlukan strategi PR yang komprehensif untuk mempertahankan citra positif di mata konsumen.

Alasan utama pemilihan Hotel Dafam Semarang sebagai lokasi tempat magang adalah karena hotel ini memiliki struktur dan sistem kerja yang telah mapan, khususnya dalam bidang *Public Relations*. Divisi *Public Relations* di hotel ini memainkan peran penting dalam membangun citra positif perusahaan, menjalin hubungan baik dengan media, serta mengelola komunikasi eksternal dan internal. Melalui kegiatan magang ini, penulis berharap dapat mengobservasi sekaligus terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan *Public Relations* seperti penulisan siaran pers (*Press Release*), pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, serta pelaksanaan event yang melibatkan pihak eksternal.

Selain itu, Hotel Dafam Semarang juga dipilih karena reputasinya sebagai hotel aktif dalam melakukan promosi dan membangun relasi yang kuat dengan publik. Hotel ini telah menunjukkan adaptasi yang baik terhadap tren komunikasi digital di era modern, sejalan

dengan konsep *Integrated Marketing Communications* (IMC) yang dikemukakan oleh Schultz dan Kitchen (2000), dimana semua elemen komunikasi pemasaran harus terintegrasi untuk menciptakan pesan yang konsisten dan efektif.

Oleh karena itu, magang di Hotel Dafam Semarang tidak hanya mengajarkan praktik *Public Relations* konvensional tetapi juga mengajarkan pendekatan baru yang inovatif dan kreatif untuk membangun dan mempertahankan citra perusahaan. Hal ini sejalan dengan fakta bahwa komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan suatu perusahaan. Perusahaan yang tidak memiliki hubungan komunikasi yang baik dengan masyarakatnya akan sulit untuk berkembang secara optimal. Aktivitas komunikasi harus dikelola dengan benar dan terorganisir. Karena itu, seperti yang dinyatakan oleh Dominick dalam (Morison 2010: 8) Hubungan Masyarakat berusaha untuk mempengaruhi masyarakat sehingga mereka memiliki pandangan positif tentang bisnis.

Magang di Hotel Dafam Semarang juga memberikan kesempatan untuk memahami dinamika kerja tim, etika kerja profesional, serta tantangan-tantangan yang dihadapi oleh seorang *Public Relations* di industri perhotelan. Dengan adanya pembimbing dan *supervisor* dari pihak hotel yang berpengalaman, penulis dapat belajar langsung dari praktik terbaik yang telah diterapkan dalam dunia kerja sebenarnya.

Dengan demikian, penempatan magang di Hotel Dafam Semarang sebagai *Public Relations Intern* merupakan keputusan strategis yang selaras dengan tujuan akademik dan pengembangan karir penulis. Melalui kegiatan ini, penulis berharap dapat memperoleh pengalaman yang berarti, menambah keterampilan praktis, dan memperluas jaringan profesional di bidang *Public Relations*.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program magang ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara, yang mewajibkan mahasiswa/i untuk menjalani pengalaman kerja secara langsung di industri. Adapun tujuan dari pelaksanaan magang ini, yaitu:

1. Menganalisis dan memahami strategi aktivitas *Public Relations* Hotel Dafam Semarang dalam meningkatkan penjualan, termasuk program-program PR yang telah diimplementasikan, *target audience* yang dituju, dan efektivitas setiap kegiatan PR terhadap peningkatan okupansi dan *revenue* hotel.

2. Mengevaluasi peran *Public Relations* dalam membangun *Brand Awareness* dan reputasi Hotel Dafam Semarang melalui berbagai *channel* komunikasi, serta mengidentifikasi bagaimana aktivitas PR berkontribusi langsung terhadap pencapaian target penjualan hotel.
3. Mempelajari implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam industri perhotelan, khususnya bagaimana *Public Relations* berkolaborasi dengan departemen *Sales & Marketing* dan operasional untuk menciptakan sinergi yang mendukung peningkatan penjualan.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis tantangan yang dihadapi *Public Relations* Hotel Dafam Semarang dalam menjalankan aktivitas promosi dan komunikasi, serta solusi yang diterapkan untuk mengoptimalkan hasil penjualan.
5. Mengembangkan kemampuan praktis dalam merancang dan melaksanakan program *Public Relations* yang berorientasi pada peningkatan penjualan, mulai dari perencanaan strategis, eksekusi program, hingga evaluasi hasil.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang di Hotel Dafam Semarang mengikuti ketentuan dari pihak Universitas Multimedia Nusantara, yaitu menjalani program magang selama lima bulan. Saya ditempatkan sebagai *Public Relations Intern* di bawah Departemen *Sales and Marketing*. Periode magang ini dimulai pada tanggal 22 Januari 2025 dan direncanakan berlangsung hingga 27 Juni 2025.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Saya melaksanakan kegiatan magang di Hotel Dafam Semarang yang beralamat di Jalan Imam Bonjol No.188, Sekayu, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50132. Kegiatan magang ini dilaksanakan setiap hari kerja, yaitu Senin hingga Jumat, dengan jam kerja dimulai pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Selama jam kerja tersebut, terdapat waktu istirahat pada pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB. Magang ini dijalankan dalam rangka memenuhi syarat akademik dari kampus, yaitu pemenuhan target jam kerja sebanyak 640 jam, yang secara estimasi berlangsung selama kurang lebih 4 bulan. Selama periode tersebut, saya menjalankan tugas sebagai *Public Relations Intern* di bawah Departemen *Sales and Marketing* Hotel Dafam Semarang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Pengajuan dan Penerimaan Magang

Proses pelaksanaan magang dimulai dari tahapan pengajuan dokumen hingga diterimanya saya sebagai peserta magang. Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Saya mengajukan *Curriculum Vitae (CV)* ke pihak Hotel Dafam Semarang sebagai bentuk permohonan untuk melaksanakan magang.
2. Setelah pengajuan diterima, saya mengikuti sesi wawancara secara *online* dengan pihak *HRD* Hotel Dafam Semarang. Dalam sesi wawancara ini, dibahas mengenai keahlian yang dimiliki, tugas dan tanggung jawab (*job desk*), sistem kerja, serta jam kerja yang akan dijalani selama masa magang.
3. Berdasarkan hasil proses seleksi, saya dinyatakan diterima sebagai peserta magang di Hotel Dafam Semarang pada tanggal 7 Januari 2024.

B. Proses Praktik Pelaksanaan Magang

Setelah diterima, saya mulai melaksanakan kegiatan magang sesuai dengan posisi dan tanggung jawab yang telah ditetapkan, yaitu:

1. Saya ditempatkan sebagai *Public Relations Intern* dan berada di bawah koordinasi Departemen *Sales and Marketing*.
2. Dalam menjalankan tugas harian dan memenuhi kebutuhan informasi terkait penugasan, saya dibimbing secara langsung oleh Ibu Dian Martha selaku *Public Relations* di Hotel Dafam Semarang.