

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Magang merupakan bagian integral dari kurikulum akademik yang dirancang untuk memberikan mahasiswa pengalaman praktis di dunia kerja. Melalui program magang, mahasiswa tidak hanya dapat mengembangkan keterampilan yang relevan dengan bidang studi mereka, tetapi juga memahami dinamika dan tantangan yang ada di lapangan. Kegiatan ini memberikan kesempatan untuk menerapkan teori yang telah dipelajari di kampus dalam situasi nyata, sehingga meningkatkan kompetensi profesional mahasiswa.

Industri perhotelan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan pertumbuhan pariwisata yang positif serta dukungan infrastruktur pemerintah, sektor ini menjadi salah satu tulang punggung perekonomian kreatif nasional. Di tengah persaingan yang semakin ketat, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta dan Tangerang, hotel-hotel dituntut untuk terus berinovasi dalam pelayanan, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusia.

Tantangan utama dalam industri ini antara lain adalah perubahan preferensi konsumen yang semakin digital, tingginya ekspektasi terhadap kualitas layanan, serta kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan tren global seperti keberlanjutan (*sustainability*) dan digitalisasi layanan. Selain itu, pandemi COVID-19 sebelumnya juga telah memberikan tekanan besar bagi sektor perhotelan, mendorong pemain industri untuk lebih tanggap dalam mengadopsi strategi pemasaran berbasis digital dan efisiensi operasional.

Namun demikian, terdapat pula peluang besar yang dapat dimanfaatkan, seperti peningkatan minat terhadap pengalaman menginap yang personal dan tematik, kolaborasi lintas industri (seperti pariwisata dan kuliner), serta potensi pertumbuhan di sektor *staycation* dan MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). Peta persaingan yang ada di industri ini melibatkan jaringan hotel besar seperti Accor, Marriott, dan Santika, serta pemain lokal dan hotel independen yang terus berupaya menarik pasar dengan keunikan masing-masing.

Melalui kegiatan magang di sektor perhotelan, mahasiswa tidak hanya berkesempatan untuk memahami strategi pemasaran yang diterapkan oleh hotel berskala internasional, namun juga dapat mengamati secara langsung bagaimana sebuah brand hotel bersaing dan bertahan di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Hal ini menjadikan pengalaman magang semakin relevan dan berharga, terutama bagi mahasiswa yang tertarik meniti karier di industri hospitality.

Universitas Multimedia Nusantara mewajibkan kegiatan magang sebagai syarat kelulusan untuk memastikan bahwa mahasiswa siap menghadapi dunia kerja. Pelaksanaan magang sangat penting, mengingat sering kali terdapat kesenjangan antara teori dan praktik. Dengan terjun langsung ke dalam lingkungan kerja, mahasiswa dapat memahami tantangan yang dihadapi dan belajar cara mengatasinya. Pengalaman ini tidak hanya memperluas wawasan akademik, tetapi juga meningkatkan kemampuan analitis, komunikasi, dan kerja sama dalam tim.

### 1.1.1 TUJUAN MAGANG

Penulis memilih untuk menjalani program magang di **Mercure Serpong Alam Sutera**, sebuah hotel bintang empat yang merupakan bagian dari jaringan internasional Accor Hotels. Hotel ini dikenal memiliki reputasi baik dalam hal pelayanan, fasilitas modern, serta inovasi dalam pemasaran dan pengelolaan brand. Penempatan magang di hotel ini memberikan kesempatan yang sangat berharga bagi penulis untuk mempelajari langsung praktik kerja profesional,

khususnya di bidang **Marketing Communication (Marcomm)** yang menjadi salah satu ujung tombak dalam membangun citra dan menarik minat konsumen.

Adapun tujuan utama dari pelaksanaan magang ini adalah untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata. Melalui kegiatan magang, penulis ingin memahami secara praktis bagaimana strategi pemasaran dan komunikasi diterapkan di industri perhotelan, mulai dari perencanaan konten promosi, pengelolaan media sosial, penyusunan strategi kampanye, hingga pelaksanaan event yang melibatkan media dan influencer.

Selain itu, penulis juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kerja seperti kemampuan komunikasi, koordinasi antar tim, public relations, serta pemahaman akan dinamika kerja di lingkungan hotel berbintang. Dengan terlibat langsung dalam berbagai aktivitas promosi dan event, penulis berharap dapat membangun kepercayaan diri serta memperluas jaringan profesional di industri hospitality.

Melalui pengalaman magang ini, penulis juga berharap dapat memperoleh wawasan baru mengenai tren pemasaran terkini, strategi kolaborasi dengan media dan KOL (Key Opinion Leader), serta peran penting branding dalam mempertahankan loyalitas tamu hotel. Dengan demikian, program magang ini menjadi langkah awal yang penting dalam mempersiapkan diri memasuki dunia kerja yang sesungguhnya secara lebih siap dan kompeten.

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

Maksud dari pelaksanaan kerja magang di Mercure Serpong Alam Sutera adalah untuk memberikan mahasiswa kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan dalam konteks dunia kerja yang nyata. Melalui pengalaman ini, diharapkan mahasiswa dapat memahami lebih dalam mengenai dinamika industri perhotelan, khususnya dalam bidang pemasaran dan komunikasi.

Adapun tujuan dari kerja magang ini adalah sebagai berikut:

Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera

1. Meningkatkan keterampilan yang relevan dengan bidang studi, seperti komunikasi dan pemasaran.
2. Mengaplikasikan teori yang dipelajari di kampus dalam situasi nyata untuk memperkuat pemahaman akademik.
3. Memperoleh wawasan tentang dinamika dan tantangan dalam industri perhotelan.
4. Membangun jaringan yang bermanfaat untuk karier di masa depan.
5. Meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja dengan pengalaman langsung.

Dengan maksud dan tujuan tersebut, diharapkan kerja magang ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan diri mahasiswa serta memberikan nilai tambah bagi Mercure Serpong Alam Sutera dalam mencapai tujuan bisnisnya.

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

Penulis memulai program magang di **Hotel Mercure Serpong Alam Sutera** pada hari Senin, tanggal 21 Januari 2025, dan menyelesaikan masa magang pada hari Jumat, tanggal 25 Januari 2025. Program magang ini berlangsung selama lima hari kerja penuh, dengan jam kerja dimulai pukul 08.30 pagi hingga 17.30 sore setiap hari, dari hari Senin hingga Jumat. Selama durasi tersebut, terdapat waktu istirahat makan siang selama satu jam, yaitu dari pukul 12.00 hingga 13.00, sehingga total jam kerja efektif setiap harinya adalah 8 jam.

Skema waktu kerja ini memberikan penulis kesempatan untuk mengikuti ritme kerja harian yang sesungguhnya di lingkungan industri perhotelan, serta memahami struktur dan etos kerja profesional yang diterapkan di hotel berskala internasional. Melalui rutinitas tersebut, penulis juga belajar bagaimana mengelola waktu, menyusun prioritas pekerjaan, dan menjaga kedisiplinan dalam menyelesaikan tugas harian.

Selama masa magang, penulis dibimbing langsung oleh **Ai Nanaevania Pribadi**, selaku supervisor dari departemen Sales & Marketing. Beliau

Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera

memainkan peran penting dalam mengarahkan aktivitas magang, memberikan arahan yang jelas, serta umpan balik yang membangun terhadap hasil pekerjaan penulis. Bimbingan dari supervisor tidak hanya mencakup tugas-tugas teknis, tetapi juga mencakup pengembangan soft skills seperti komunikasi profesional, pemahaman terhadap budaya kerja korporat, dan penyelesaian masalah di lapangan.

Program magang ini sepenuhnya dilaksanakan secara **luring (full office)**, yang artinya seluruh aktivitas dilakukan secara langsung di lingkungan kantor Hotel Mercure Serpong Alam Sutera. Hal ini memberikan keuntungan besar bagi penulis karena dapat berinteraksi langsung dengan tim yang berada di bawah naungan departemen Sales & Marketing serta departemen lain yang terkait. Interaksi ini membuka ruang bagi penulis untuk belajar lebih dalam mengenai dinamika tim, proses koordinasi antarbagian, dan eksekusi strategi pemasaran hotel secara langsung.

Pengalaman magang ini menjadi pengalaman yang sangat berarti karena memberikan penulis wawasan nyata tentang bagaimana operasional dan strategi pemasaran dijalankan dalam industri perhotelan. Selain memperoleh keterampilan praktis yang relevan dengan bidang studi, penulis juga memperoleh pemahaman kontekstual mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh hotel dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan pasar yang kompetitif.