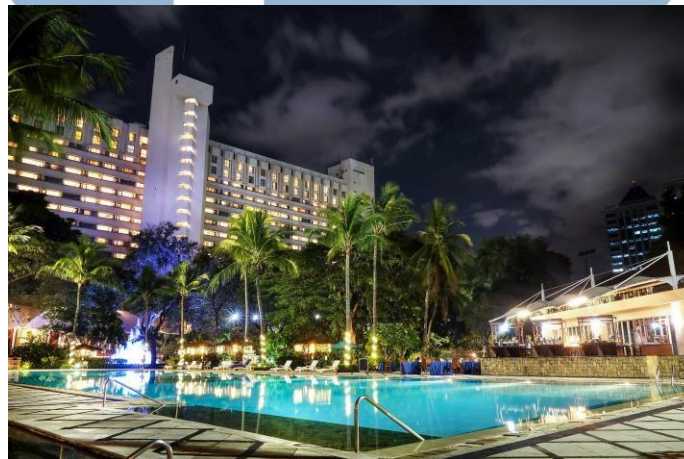


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Hotel Borobudur Jakarta

Hotel Borobudur Jakarta merupakan salah satu hotel mewah yang berlokasi di titik pusat kota Jakarta. Dikenal sebagai salah satu hotel bintang 5 sejak lama. Dengan lokasi yang strategis, Hotel ini banyak dijadikan sebagai lokasi untuk mengadakan acara. Hotel Borobudur Jakarta sudah berdiri sejak tahun 1974. Identik dengan luasnya area Hotel bahkan memiliki kebun yang rindang dengan luas 9 hektar. Mengingat lokasi yang di pusat kota, Hotel Borobudur Jakarta menawarkan pelayanan serta fasilitas terbaik yang dapat dinikmati oleh tamu selama menginap di Hotel Borobudur Jakarta.



Gambar 2.1 Tampilan Hotel Borobudur Jakarta
Sumber: internal Hotel Borobudur Jakarta, 2025

Hotel Borobudur Jakarta dikenal dengan susunan arsitektur bangunan yang mencampurkan unsur elemen tradisional Indonesia serta hingga kini perlahan bergabung dengan unsur modern namun tetap kuat dalam mempertahankan budaya tradisional. Luas Hotel yang dapat mencakup ragam fasilitas seperti kolam renang, macam-macam restoran, dan ruang pertemuan yang banyak digunakan. Hingga kini, Hotel Borobudur Jakarta tidak hanya sebatas penginapan namun juga banyak dijadikan lokasi andalan untuk banyak keperluan bisnis maupun hiburan.

Hotel borobudur Jakarta menerapkan tema “*One Stop Holiday*” yang bermaksud menawarkan seluruh fasilitas sesuai kebutuhan tamu tanpa perlu pergi keluar di Hotel. Dari mulai keperluan pekerjaan hingga hiburan keluarga sudah disediakan. Konsep ini juga menjadi salah satu daya tarik utama Hotel Borobudur Jakarta yang dikenal dengan kelengkapan yang ditawarkan bagi tamu. Hal ini menjadi salah satu daya tarik utama Hotel Borobudur Jakarta hingga kini bagi tamu baru maupun tamu sedia.

2.2 Visi dan Misi Hotel Borobudur Jakarta

Berdasarkan dari data materi orientasi untuk seluruh *staff*, Hotel Borobudur Jakarta memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi Hotel bintang lima terkemuka di Indonesia sebelum dekade berakhir.

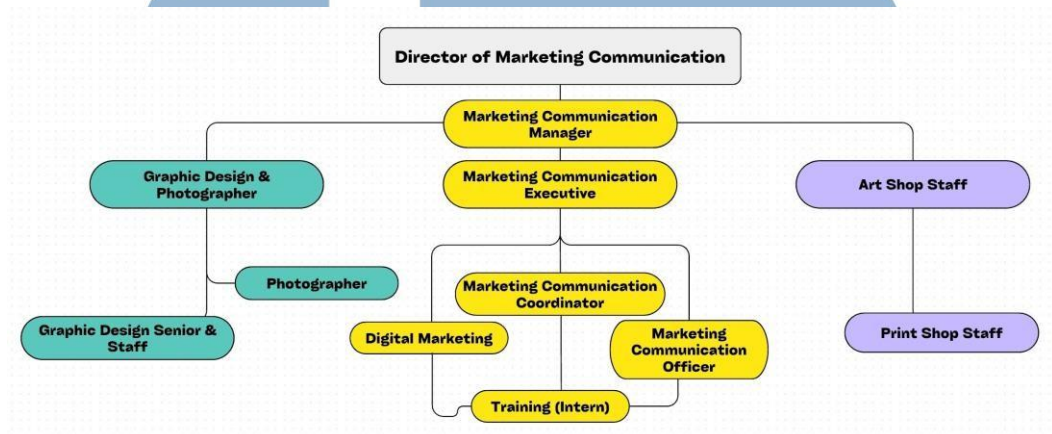
MISI

1. Hotel berusaha untuk mempertahankan posisi bintang 5 di pasar.
2. Melakukan peningkatan kualitas produk dan layanan dengan melampaui ekspektasi tamu serta stakeholder.
3. Membangun fondasi yang kokoh dan inovatif didasari oleh pelanggan lalu dilakukan peningkatan pada beberapa area meliputi produk dan pelayanan, standar operasional, proses pengambilan keputusan manajemen, sistem manajemen properti, serta mempromosikan sistem operasi Hotel yang berbasis internasional ramah lingkungan beserta peduli akan sosial masyarakat.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3 Struktur Departemen Marketing Communication

Pada berbagai perusahaan terutama Hotel tentu memiliki serangkaian struktur terkhususkan pada masing-masing departemen. Terdapat struktural dari departemen *Marketing Communication* Hotel Borobudur Jakarta sebagai berikut:



Gambar 2.2 Susunan Posisi *Marketing Communication* Hotel Borobudur Jakarta

Sumber: internal Hotel Borobudur Jakarta, 2025

Dapat dilihat terdapat pemimpin teratas yakni *Director of Marketing Communication*, dengan dibawahnya terdapat *Marketing Communication Manager*. Untuk posisi training berada di bawah naungan *Marketing Communication Coordinator*. Tidak hanya itu, terdapat beberapa susunan.

1. *Marketing Communication Manager*

Dalam posisi ini, *Marketing Communication Manager* berperan dalam memantau dan memandu departemen *Marketing Communication* serta menggantikan posisi Direktur disaat Direktur sedang tidak hadir atau berhalangan. *Marketing Communication Manager* juga mengambil peran dengan menjadi *supervisor* untuk Pemagang. *Manager* memberikan beberapa arahan kepada Pemagang lalu beberapa kali memberikan arahan kepada Pemagang untuk mencoba mempelajari dan praktik beberapa *jobdesc* departemen *Marketing Communication*.

2. *Marketing Communication Executive*

Marketing Communication Executive mengambil peran dalam proses *handling event* dan media. Umumnya proses arahan utama *event* berasal dari *Marketing Communication Executive*. *Marketing Communication executive* juga memiliki salah satu tanggung jawab dalam membangun relasi baik dengan media dan mengundang media untuk *event-event*.

3. *Digital Marketing*

Melalui hal ini, Tim *Digital Marketing* secara utama memiliki tanggung jawab penuh atas pemasaran hotel via media *online*. Memiliki peran dalam mengatur media sosial hotel, melakukan pemasangan iklan digital, dan pembuatan konten promosi.

4. *Photographer* serta 2 orang *Graphic Design* yang bertugas dalam mengurus perihal desain, dari mulai foto hingga proses *edit*.

Photographer memiliki tugas utama untuk melakukan *photo taking* akan keperluan Hotel baik itu seperti promosi menu makanan minuman maupun dokumentasi kegiatan. Setelah proses dokumentasi dilanjutkan proses *edit* lalu diteruskan kepada pihak *Graphic Design*. *Graphic Design* melakukan *edit* dengan desain yang dirancang untuk membuat tampilan visual promosi yang menarik.

5. *Artshop* dengan *Printshop* dibawah naungannya dengan peran utama melakukan proses cetak maupun mempersiapkan dekorasi keperluan *Marketing Communication*.

Arthshop memiliki peran utama dalam menunjang proses cetak dan persiapan kebutuhan *Marketing Communication* seperti dekorasi, poster, dan lainnya dengan rancangan yang menarik untuk direalisasikan. Sedangkan Printshop memegang tanggung jawab dalam mencetak kebutuhan seperti kartu nama, kertas dokumen, dan beberapa kebutuhan cetak untuk departemen lain.