

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kurun waktu ini, sektor perhotelan tengah menunjukkan perkembangan yang sangat cepat, terutama dalam sektor hospitality dan layanan pelanggan (Lashley & Morrison, 2018). Menurut laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), sektor perhotelan di Indonesia mengalami lonjakan permintaan tenaga kerja setelah pandemi COVID-19, seiring dengan meningkatnya pariwisata domestik maupun internasional. Dunia perhotelan kini membutuhkan tenaga kerja yang mampu beradaptasi terhadap tren industri, seperti digitalisasi layanan, sistem pemesanan daring, hingga otomatisasi pelayanan pelanggan (Putri et al., 2023).

Industri perhotelan, terutama di Indonesia, terus berkembang pesat dan sangat kompetitif. Banyaknya hotel yang terus berkembang dan semakin beragamnya pilihan layanan yang ditawarkan membuat persaingan di sektor ini semakin ketat. Hotel-hotel yang berada dalam kategori bintang lima, seperti JHL Solitaire Gading Serpong, harus mampu menjaga kualitas layanan yang tinggi dan memenuhi harapan pelanggan yang semakin meningkat. Persaingan ini mendorong hotel-hotel untuk berinovasi secara berkelanjutan, baik dalam hal pelayanan, fasilitas, maupun pemasaran. Hotel yang tidak mampu beradaptasi dengan tren dan perubahan kebutuhan pasar akan kesulitan untuk bertahan dalam industri yang sangat dinamis ini (Lashley & Morrison, 2018).

Untuk bisa bersaing dalam industri perhotelan, ada beberapa kompetensi dan keterampilan yang dibutuhkan. Salah satunya adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan, baik yang berkaitan dengan teknologi, tren layanan, maupun kebutuhan konsumen (Ismunandar et al, 2023). Keterampilan komunikasi yang baik, keterampilan manajerial, serta kemampuan untuk bekerja dalam tim juga sangat dibutuhkan. pengetahuan tentang pemasaran, terutama digital marketing, sangat krusial di era modern ini. Hotel yang mampu memanfaatkan platform digital dan teknologi untuk meningkatkan layanan dan jangkauan pasar akan memiliki

keunggulan kompetitif yang signifikan (Mihailovic et al, 2017)

Divisi marketing di hotel berperan menjembatani tantangan-tantangan yang ada di industri perhotelan. Fungsi utama divisi ini adalah untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan cara mempromosikan produk dan layanan hotel melalui berbagai kanal pemasaran (Fitriana et al, 2021). Perusahaan juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa brand image hotel tetap kuat dan relevan di mata pelanggan, serta memperkenalkan inovasi-inovasi baru yang dapat meningkatkan pengalaman tamu (Al-Qeedaa, 2019).

Peran divisi marketing di hotel sangatlah kompleks dan melibatkan berbagai aktivitas. Perusahaan tidak hanya bekerja pada promosi dan iklan, tetapi juga menganalisis pasar untuk memahami preferensi pelanggan, merancang paket-paket layanan yang menarik, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan tamu (Amin, M., & Priansah, 2019). divisi marketing juga berperan dalam menjalin hubungan dengan media, agen perjalanan, dan platform pemesanan online untuk memperluas jangkauan dan visibilitas hotel (Obinwanne, 2019)

Scope pekerjaan marketing di hotel sangat luas dan spesifik. Secara khusus, divisi marketing di hotel harus mengelola kampanye pemasaran. Perusahaan juga bertanggung jawab dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan (CRM), serta riset pasar untuk mengetahui tren dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. perusahaan juga terlibat dalam pembuatan materi promosi, iklan, dan strategi kampanye musiman.

JHL Solitaire Gading Serpong merupakan salah satu hotel bintang lima yang sedang berkembang di Tangerang. Hotel ini menawarkan berbagai fasilitas mewah dan pelayanan bertaraf internasional. Sebagai hotel yang sedang berkembang, JHL Solitaire Gading Serpong terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan memperkenalkan inovasi baru untuk menarik perhatian tamu dari berbagai segmen pasar.

JHL Solitaire Gading Serpong adalah bagian dari JHL Group, sebuah grup perhotelan ternama yang memiliki berbagai properti di Indonesia. Grup ini memiliki visi untuk menghadirkan pengalaman menginap yang eksklusif dan

berkualitas, serta menyediakan layanan terbaik di setiap aspek operasionalnya. JHL Group terus berkomitmen untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan di seluruh properti yang dikelola, termasuk JHL Solitaire Gading Serpong.

Di area Tangerang, JHL Solitaire Gading Serpong dapat dikategorikan sebagai hotel premium dengan status bintang lima. Dalam hal kualitas layanan dan fasilitas, hotel ini setara dengan hotel-hotel mewah lainnya seperti The Atria Hotel, Aryaduta Hotel, atau Sheraton Hotel. Keunggulannya terletak pada fasilitas yang sangat lengkap dan pelayanan yang sangat memuaskan, sesuai dengan standar internasional yang diharapkan dari sebuah hotel bintang lima.

Pekerja magang tertarik magang di JHL Solitaire Gading Serpong karena hotel ini menawarkan pengalaman langsung di lingkungan perhotelan bintang lima yang sangat bergengsi. Pelaksanaan magang di Hotel JHL Solitaire memberikan kesempatan mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang cara kerja hotel berbintang internasional. Pekerja magang juga ingin belajar lebih banyak tentang bagaimana strategi pemasaran diterapkan di hotel bintang lima, serta bagaimana teknologi digunakan untuk meningkatkan layanan dan efisiensi operasional.

Selama magang di JHL Solitaire Gading Serpong, Pekerja magang ingin mempelajari lebih dalam tentang berbagai aspek operasional hotel, terutama dalam bidang pemasaran. Pekerja Magang ingin memahami bagaimana hotel ini mengelola brand, bagaimana perusahaan mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, serta bagaimana perusahaan beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Pekerja magang juga berharap dapat mengembangkan keterampilan dalam analisis pasar, riset konsumen, dan memahami lebih dalam bagaimana teknologi digunakan dalam meningkatkan kualitas layanan dan memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Tidak hanya itu, magang di JHL Solitaire Gading Serpong juga memberikan wawasan tentang bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam industri perhotelan, bagaimana kepuasan pelanggan dikelola, serta bagaimana teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional hotel. Studi dari Rahman & Setiawan (2021) menyoroti bagaimana digitalisasi semakin mendominasi industri perhotelan, termasuk dalam aspek pemesanan kamar,

pembayaran digital, hingga penggunaan kecerdasan buatan dalam layanan pelanggan.

Oleh karena itu, peran Marketing Communication Intern di JHL Solitaire tidak hanya sekadar menjalankan tugas administratif, tetapi juga berkontribusi dalam strategi branding digital hotel melalui pembuatan konten visual, manajemen media sosial, dan kerja sama dengan KOL. Penulis mengintegrasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan pengalaman praktis di lapangan, serta menggunakan pendekatan *experiential learning* untuk merefleksikan proses pembelajaran selama magang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Menurut Kolb (2015), pengalaman kerja langsung seperti magang dapat meningkatkan keterampilan berpikir kritis, *problem-solving*, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan yang terus berubah. Dengan persaingan dunia kerja yang semakin ketat, memiliki pengalaman magang dapat menjadi nilai tambah yang signifikan bagi individu yang ingin membangun karier yang sukses.

Program magang yang dilakukan di JHL Solitaire Gading Serpong memiliki tujuan utama untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam memahami praktik kerja di dunia industri, khususnya dalam bidang Marketing Communication di sektor perhotelan. Sebagai salah satu hotel bintang lima dengan strategi pemasaran yang kuat, JHL Solitaire Gading Serpong merupakan tempat yang ideal bagi mahasiswa untuk mempelajari bagaimana komunikasi pemasaran diterapkan dalam membangun citra merek, menarik pelanggan, serta meningkatkan engagement melalui berbagai platform digital.

Magang ini juga bertujuan untuk menjembatani teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan dengan praktik nyata di lapangan. Dalam dunia akademik, mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai berbagai konsep pemasaran dan strategi komunikasi, tetapi belum tentu memiliki gambaran tentang bagaimana teori tersebut diterapkan secara efektif dalam dunia kerja.

Magang ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk melatih keterampilan kerja sama tim, komunikasi profesional, serta manajemen waktu dalam menyelesaikan berbagai tugas. Kemampuan bekerja sama dalam lingkungan

yang dinamis sangat penting dalam industri perhotelan, di mana kolaborasi antara berbagai divisi menjadi kunci dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan.

Adapun tujuan spesifik dari magang ini adalah:

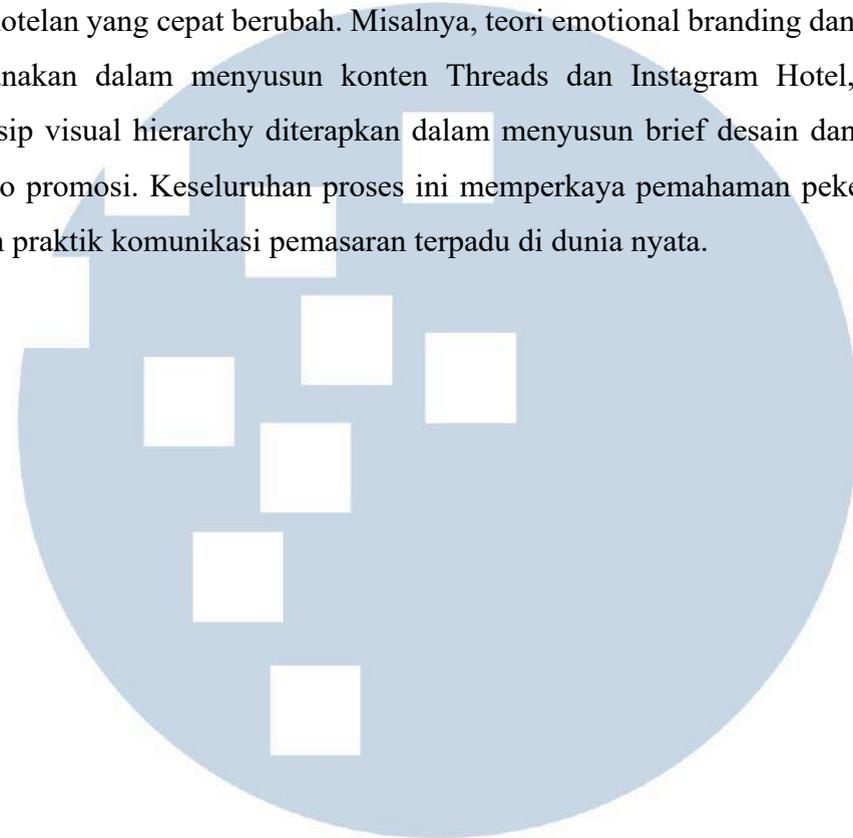
1. Mengembangkan keterampilan dalam pembuatan Dokumen Internal untuk mendukung promosi hotel.
2. Menulis dan menyusun narasi storytelling yang relevan untuk media sosial guna meningkatkan engagement audiens dan memperkuat brand identity.
3. Mendukung produksi video campaign untuk TVC internal hotel, berdasarkan materi key visual dari tim desain.
4. Melatih kemampuan bekerja secara profesional, baik secara individu maupun dalam tim.
5. Mengambil dan mendokumentasikan konten foto & video dari berbagai kegiatan, event hotel, serta menu signature outlet sebagai materi promosi digital.
6. Mempersiapkan diri untuk berkarier di industri kreatif dan pemasaran dengan wawasan serta keterampilan yang lebih matang.

Dengan mengikuti program magang ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh pengalaman yang bermanfaat serta memahami lebih dalam bagaimana komunikasi pemasaran berperan penting dalam industri perhotelan. Magang ini tidak hanya memberikan wawasan mengenai operasional bisnis di hotel berbintang lima, tetapi juga membantu mahasiswa membangun portofolio kerja yang dapat menjadi nilai tambah.

Selain itu, pekerja magang menggunakan pendekatan *Experiential Learning* (Kolb, 2015) untuk memaknai setiap proses pembelajaran selama magang. Model ini terdiri dari empat tahap utama: pengalaman konkret (melalui pekerjaan langsung), observasi reflektif (melalui jurnal harian dan diskusi dengan mentor), konseptualisasi abstrak (mengaitkan dengan teori yang diperoleh di kampus), dan eksperimen aktif (melalui penerapan strategi baru dalam proyek berikutnya). Melalui pendekatan ini, pekerja magang tidak hanya menyerap pengetahuan baru, tetapi juga mengevaluasi serta mengembangkan keterampilan komunikasi strategis dan kerja tim dalam lingkungan profesional.

Dengan pendekatan ini pula, pekerja magang mampu melihat lebih dalam bagaimana teori komunikasi pemasaran terintegrasi dalam dinamika industri

perhotelan yang cepat berubah. Misalnya, teori emotional branding dan storytelling digunakan dalam menyusun konten Threads dan Instagram Hotel, sedangkan prinsip visual hierarchy diterapkan dalam menyusun brief desain dan pengeditan video promosi. Keseluruhan proses ini memperkaya pemahaman pekerja magang akan praktik komunikasi pemasaran terpadu di dunia nyata.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Magang di JHL Solitaire Gading Serpong dilaksanakan selama (6 Bulan), dimulai dari 25 Februari 2025 hingga 24 Agustus 2025. Selama periode ini, mahasiswa ditempatkan di divisi Marketing Communication dan diberikan berbagai tugas yang berhubungan dengan strategi pemasaran hotel.

Jam kerja magang mengikuti aturan perusahaan, yaitu (pukul 09.00 - 18.00 WIB), dengan Sistem Kerja : WFO dan Hari Kerja Aktif : Senin - Jumat. Selain menjalankan tugas harian, mahasiswa juga mengikuti berbagai briefing dan evaluasi untuk memastikan perkembangan selama magang.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Menghadiri sesi pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN melalui platform Zoom.
- 2) Melakukan pengisian KRS untuk mata kuliah magang melalui laman myumn.ac.id dengan ketentuan telah menyelesaikan minimal 100 SKS dan tidak memiliki nilai D maupun E, serta mengajukan permintaan transkrip nilai dari semester pertama hingga terakhir sebelum pelaksanaan magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan mengajukan formulir KM-01 lebih dari satu kali dengan mengisi Google Form yang dikirim melalui email, guna memverifikasi lokasi magang yang sesuai kriteria dan memperoleh persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Melakukan pengisian dan pengunggahan formulir KM-01 di myumn.ac.id setelah memperoleh perusahaan atau institusi yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

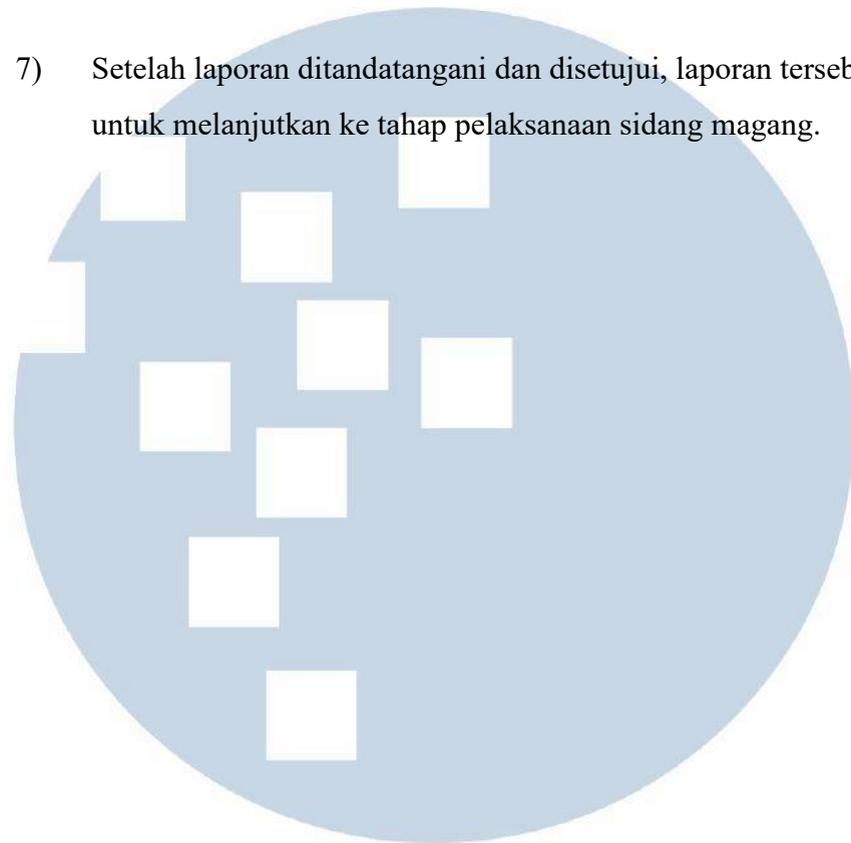
B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mencari Internship di Social Media UMN jobs.cdcumn (Instagram) dan melihat lowongan internship di Hotel JHL Solitaire kemudian pekerja magang mengunggah Curriculum Vitae (CV) ke email yang tertera di feeds Instagram tersebut dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke dalam email tersebut.
- 2) Proses Penerimaan praktik kerja magang di Hotel JHL Solitaire Gading Serpong dengan menerima pesan undangan proses rekrutmen (interview) melalui akun whatsapp resmi HRD JHL Solitaire pada tanggal 15 Februari 2025 dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 20 Februari 2025 yang dilanjutkan dengan proses pengajuan tanggal masuk praktik kerja magang.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Kegiatan praktik kerja magang dilaksanakan di Hotel JHL Solitaire Gading Serpong, khususnya pada divisi Marketing Communication, sub divisi Content Creator.
- 2) Selama kegiatan magang, penulis dibimbing secara langsung oleh Desti Marlina selaku Supervisor dan Marketing Communication Manager , serta didampingi oleh Yanuar Dwi selaku Mentor Content Creator untuk Hotel JHL Solitaire Gading Serpong.
- 3) Penulis turut melakukan pengisian dan penandatanganan dokumen administrasi magang, seperti formulir KM-03 hingga KM-07, selama proses berlangsung.
- 4) Melakukan pengisian tugas harian setiap hari melalui situs merdeka.umn.ac.id serta menyusun laporan kegiatan magang.
- 5) Penulisan dan penyusunan laporan magang dilakukan di bawah bimbingan Eunike Iona Saptanti, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing, secara daring.
- 6) Setelah laporan magang selesai disusun, penulis menunggu konfirmasi persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- 7) Setelah laporan ditandatangani dan disetujui, laporan tersebut diajukan untuk melanjutkan ke tahap pelaksanaan sidang magang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA