



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

Semakin kompleksnya kebutuhan barang dan jasa mendorong semakin berkembangnya pula industri bisnis di Indonesia, salah satunya pergerakan bisnis di bidang jasa yaitu perhotelan. Badan Riset di bidang perhotelan (STR Global) memperlihatkan bahwa pada tahun 2014 kawasan Asia Pasific akan dipenuhi dengan 2312 hotel baru dengan 513.443 kamar. Sementara itu Indonesia tercatat pertumbuhan pasokan hotel pada 2014 diperkirakan sekitar 35,7 % atau 53.100 kamar.

Berdasarkan data di atas menggambarkan bahwa persaingan bisnis perhotelan di Indonesia semakin kuat dan tentu membutuhkan strategi serta implementasi taktik yang tepat sehingga bisnis di bidang jasa ini tetap bertahan. Dengan demikian, profesi seorang *Public Relations* memiliki kedudukan yang sangat penting dan strategis karena dituntut untuk dapat mengemas pesan komunikasi secara kreatif sehingga dapat mengimplementasikan identitas perusahaan kepada publik.

Menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) *Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya” (Jefkins, 2002 :9).

Jadi *Public Relations* itu sendiri dapat dikatakan sebagai rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sedemikian rupa sebagai suatu kampanye atau program terpadu dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan *Public Relations* sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau dadakan. Tujuan *Public*

Relations itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dari kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Namun, menurut Howard Bonham seorang *Vice Chairman American National Red Cross, Public Relations* adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperbesar kepercayaan public terhadap seseorang atau organisasi (Suhandang, 2004 : 44).

Berdasarkan beberapa definisi di atas, terlihat begitu besar peran seorang praktisi *Public Relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan, terlebih lagi dalam mempertahankan reputasi perusahaan di mata khalayak. Aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* di Mercure Serpong Alam Sutera dalam mempertahankan reputasi perusahaan adalah seperti membangun hubungan dengan para media lewat berbagai kegiatan, ikut mendukung dalam penyelenggaraan suatu *event* melalui *sponsorship*, mendukung penjualan dengan membuat konten-konten advertising yang menarik serta memantau jalur komunikasi pada hubungan antar *staff* di Mercure Serpong Alam Sutera.

Dengan begitu, seorang *PR* menjadi representasi dari perusahaan dengan membangun komunikasi yang kondusif terhadap setiap *stakeholders* perusahaan. Efektifnya hubungan yang baik dengan para *stakeholders* tentu dapat menunjang keberlangsungan suatu perusahaan.

Mercure Serpong Alam Sutera merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan dengan menyediakan layanan jasa penginapan. Oleh karena demikian, Mercure Serpong Alam Sutera memilih untuk menggunakan peran *PR* dalam membantu menciptakan reputasi. Terlebih lagi, Mercure Serpong Alam Sutera terbilang hotel yang baru maka peran *PR* sangat dibutuhkan untuk menciptakan *awareness* publik tentang keberadaan hotel tersebut.

Salah satu strategi yang dijalankan oleh kebanyakan industri perhotelan seperti Hotel Mercure Serpong Alam Sutera adalah dengan melibatkan peran *PR* untuk melakukan kegiatan promosi seperti dalam bentuk *direct marketing*, *sales promo*, *personal selling*, maupun *advertising*. Kegiatan ini gencar dilakukan oleh *PR* Mercure Serpong Alam Sutera untuk membantu memperkenalkan Mercure Serpong Alam Sutera kepada publik sebagai hotel yang menempatkan target marketnya untuk kalangan SES A dan B. Pemanfaatan *promotion tools* menjadi perangkat penting bagi *PR* dalam membantu menyampaikan pesan komunikasi kepada *stakeholders*.

Karena terbilang baru maka Hotel Mercure Serpong Alam Sutera sangat menaruh perhatian lebih dalam hal peningkatan daya tarik konsumen terhadap layanan jasa yang diberikan. Maka dari itu, Mercure Serpong Alam Sutera membangun hubungan baik dengan para *stakeholder*-nya dengan gencar membuat bentuk-bentuk kegiatan *MPR* untuk mendukung kegiatan marketing, salah satunya adalah dengan membuat konten-konten iklan. Hal ini dilakukan guna mendukung penciptaan *awareness* publik terhadap keberadaan hotel baru ini dan diharapkan mendapatkan publisitas yang baik.

Oleh karena demikian, sebelum terjun langsung dalam dunia kerja, mahasiswa membutuhkan proses pembelajaran serta adaptasi dalam ranah pekerjaan yang diminati. Salah satu proses tersebut adalah dengan melakukan praktik kerja magang untuk mengasah *skill* dan kompetensi yang diperoleh dari materi perkuliahan untuk direalisasikan melalui praktik kerja magang ini.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi dan bentuk kegiatan *Public Relations* di bawah Divisi *Sales & Marketing* pada industri Perhotelan
2. Mengimplementasikan ilmu *Public Relations* khususnya pada ranah *Marketing Public Relations* dengan menyamakan teori yang dipelajari selama pembelajaran di perguruan tinggi ke dalam praktik kerja magang.
3. Melatih *skills* dan kreativitas penulis selama praktik kerja magang berlangsung
4. Memberikan pengalaman serta mendapatkan pelatihan mengenai profesi praktisi *Public Relations* selama berada di dunia kerja khususnya di industri perhotelan

1.3 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan mahasiswa terhitung mulai dari tanggal 13 April sampai 30 Juni 2014. Jam kerja magang dimulai dari pukul 08.30 sampai 17.30 dengan 1 jam istirahat pada pukul 12.30. Selama kurun waktu dua bulan setengah, penulis melakukan praktik kerja magang pada divisi *Public Relations* dan divisi *Sales & Marketing* untuk mengetahui hubungan pekerjaan strategis antara kedua divisi tersebut. Sistem absensi yang diberlakukan adalah dengan melakukan absensi secara manual pada map absensi yang sudah disiapkan oleh Hotel Mercure Serpong Alam Sutera setiap harinya dan juga meminta paraf kehadiran kepada *Asst. Direktur Of Sales & Marketing*, Ibu Weni Prasetyowati sebagai absensi kedatangan setiap harinya.

1.4 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis melalui berbagai tahap persiapan. Pada tahap pertama, mahasiswa mendapatkan pembekalan kerja magang pada bulan Februari yang diberikan dari pihak Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga memperoleh referensi perusahaan yang tepat dengan bidang dan minat mahasiswa dari pihak kampus. Setelah mendapatkan referensi, penulis melakukan persiapan dengan membuat lembar KM-01 yang merupakan surat permohonan kerja magang, surat lamaran, *curriculum vitae* serta transkrip nilai untuk keperluan melamar kerja magang.

Setelah melakukan segala persiapan, penulis mengirimkan dokumen perihal untuk melamar kerja magang melalui *e-mail* maupun berkunjung langsung ke perusahaan-perusahaan yang membuka lowongan kerja magang diantaranya yaitu Hotel Mercure Serpong Alam Sutera. Saat memberikan segala dokumen untuk kebutuhan lamaran kerja magang, penulis langsung mengisi formulir *trainee* yang diberikan oleh pihak HRD Mercure Serpong Alam Sutera serta langsung melakukan *interview*. Setelah proses *interview* sudah dilakukan, penulis diterima untuk melakukan proses kerja magang oleh Ibu Imelda yang merupakan *Training Coordinator* Mercure Serpong Alam Sutera, kemudian penulis diterangkan mengenai posisi *Public Relations* serta gambaran umum tentang *jobdesk* yang diminati oleh penulis.

Setelah memberikan informasi tersebut, pada tahap selanjutnya penulis meminta KM-02 yang merupakan surat keterangan dari perusahaan untuk diberikan kepada pihak kampus. Setelah memperoleh KM-02 dari HRD Mercure Serpong Alam Sutera, lalu penulis menyerahkan surat tersebut kepada pihak BAAK untuk mendapatkan KM-03 sampai KM-07.

Selama melakukan proses kerja magang, penulis juga membuat laporan kegiatan dan pekerjaan yang dilakukan selama proses kerja magang berlangsung dalam bentuk laporan magang. Dalam kurun waktu ini juga, penulis diarahkan oleh pembimbing magang dalam sistematika penulisan materi laporan yang benar. Laporan ini berisi mengenai tahap awal kegiatan serta aktivitas yang dilakukan selama proses kerja magang berlangsung hingga pada tahap akhir.



UMN