

BAB I

PENDAHULUAN

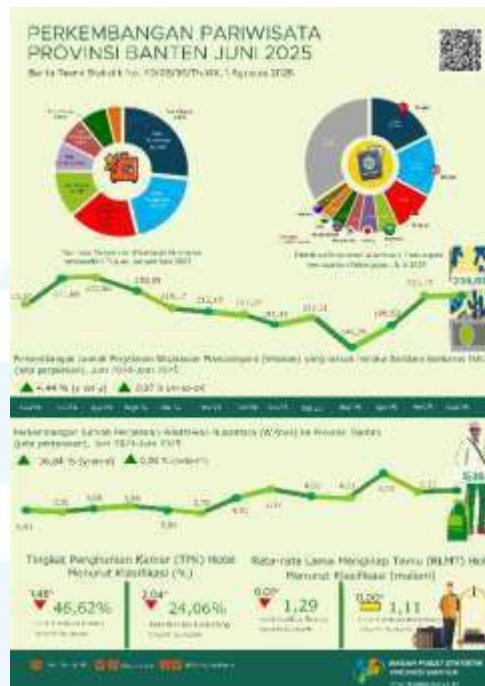
1.1 Latar Belakang

Pakons Prime Hotel merupakan hotel yang menyediakan layanan akomodasi, restoran yang dinamakan Pui Tang, konser maupun kafe (*Speakout Café & Lounge*), serta fasilitas untuk keperluan *meeting* maupun *workshop* dengan istilah MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). Hotel tersebut terletak di tempat yang ideal di pusat kota Tangerang dan berjarak sekitar 12 KM dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta sehingga hanya memerlukan waktu kurang lebih 30 menit untuk mencapai hotel tersebut. Berbagai rintangan pada sektor perhotelan di daerah Banten saat ini tengah disebabkan oleh kompetisi yang kian ketat. Hal ini tidak hanya terjadi di antara hotel-hotel berbintang, tetapi juga karena munculnya berbagai pilihan akomodasi alternatif seperti homestay dan apartemen sewa harian yang semakin banyak.

Dalam situasi ini, konsumen menunjukkan bahwa mereka cenderung untuk bersikap lebih selektif dan kritis dalam proses pemilihan layanan yang relevan dengan kebutuhan maupun preferensi mereka. Persaingan di industri perhotelan semakin hari semakin ketat, dan hotel yang ingin bertahan harus punya keunggulan yang benar-benar terasa. Setidaknya ada tiga pilar yang perlu diperhatikan: terus berinovasi dalam layanan, menetapkan harga secara cerdas dan kompetitif, serta memaksimalkan kehadiran di platform digital seperti *Online Travel Agent*. Segmen pada Pakons Prime Hotel memilih market yang sangat luas yaitu lebih menargetkan pada *mass market* yang kian sangat kompetitif dalam menaruh nominal harga pada paket kamar menu maupun rental pada sejumlah fasilitas yang menginginkan kecepatan dalam penaikan *brand awareness* melalui *mass media* seperti radio, televisi maupun iklan digital yang menjangkau pemerintahan masyarakat lokal sampai dengan turis.

Alasan utama dalam pemilihan tempat magang yakni untuk mempelajari iklim perusahaan, *brand awareness* dan menaikkan *personal branding* pada perusahaan dalam industri perhotelan. Selain itu pemilihan tempat magang juga dilandaskan pada reputasi perusahaan dan pelayanan yang sangat baik dan profesional. Tugas magang di perusahaan tersebut sangat penting karena tugas magang yang diberikan membantu dalam berhubungan dengan orang lain untuk mendorong peserta magang dalam melakukan *networking* dan terdapat sejumlah tugas utama yang berkaitan dengan posisi maupun tugas tambahan lainnya yang masih *align* dengan posisi maupun tidak *align* dengan posisi sehingga mengasah kompetensi dan keterampilan di industri tempat magang yang dituju.

Selama proses magang tersebut peserta magang menghadapi peserta magang lainnya yang mengeluh serta back office dan staff pada divisi-divisi lainnya maupun keluhan dari pihak eksternal berupa tamu maupun pengunjung. Melalui hal itu, peserta magang tetap *supportive* kepada back office, staff dan peserta magang lainnya untuk membangkitkan loyalitas dan lebih berkomitmen pada perusahaan. Untuk menghadapi keluhan eksternal dari tamu maupun pengunjung, peserta magang ikut terlibat dalam melakukan perbantuan serta memandu lokasi yang ingin mereka tuju sesuai kebutuhan yang diperlukan atau dibutuhkan. Menurut Harris (2010, p. 59), desainer sering menciptakan karakter yang merupakan gambaran mental dari target audiens tipikal untuk suatu desain yang menggambarkan karakteristik, gaya hidup, aspirasi, dan kebiasaan konsumsi mereka. Laporan magang ini sangat berhubungan dengan posisi Desain Grafis Intern dalam menghadapi tantangan dan risiko di industri perhotelan yang tidak selalu dilakukan oleh pendudukan posisi peserta magang pada tempat magang perusahaan yang dituju.



Gambar 1.2 Perkembangan Pariwisata Provinsi Banten Juni 2025
 Sumber: Badan Pusat Statistik - Kabupaten Tangerang (2024)

Pada bulan Juni 2025, jumlah darmawisata pelancong nusantara (wisnus) yang menuju Banten menggapai 5, 35 juta darmawisata, hadapi kenaikan sebesar 36, 84 persen dibanding dengan bulan yang sama pada tahun lebih dahulu. Di balik lonjakan jumlah perjalanan, industri perhotelan berbintang di Banten justru mencatat gambaran yang berbeda. Tingkat penghunian kamarnya pada bulan yang sama hanya menyentuh 46,62 persen, turun 11,61 poin persen dibandingkan Juni 2024. Temuan ini menunjukkan adanya pertumbuhan dalam aktivitas wisata, meskipun di sisi lain, tingkat hunian hotel mengalami penurunan yang signifikan.

Selain memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, layanan ini juga membawa dampak positif terhadap efisiensi operasional perusahaan. Dalam konteks ini, bernilai bagi pelaku industri untuk mengadaptasi serta mengintegrasikan bermacam prosedur penyampaian layanan guna penuhi kebutuhan serta harapan konsumen yang terus tumbuh. Dengan demikian, kualitas layanan menjadi kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di sektor yang kompetitif ini.

Kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan pemahaman mendalam tentang preferensi pasar kini menjadi keharusan, bukan sekadar pilihan. Ketidakmampuan hotel dalam merespons perubahan perilaku konsumen di era digital secara langsung berkontribusi terhadap melemahnya tingkat okupansi dan daya saing properti tersebut. Oleh karena itu, pelaku dalam sektor perhotelan harus terus menerus meningkatkan inovasi dan kemampuan beradaptasi untuk menjaga keberlangsungan dan daya tarik mereka di tengah kompetisi yang semakin sengit. Lewat kemitraan yang dijalin antara Pakons Prime Hotel dan Bank Rakyat Indonesia (BRI), pengunjung yang ingin mendaftar maupun yang sudah menjadi nasabah BRI dapat menikmati pengalaman layanan yang lebih berkualitas dan apabila pengalaman tersebut terasa kurang memuaskan, kompensasi pun telah disiapkan sebagai bentuk tanggung jawab bersama. Tentunya melalui acara Iftar dan Rihlah saat musim Ramadhan Pakons Prime Hotel juga memberikan voucher umrah yang akan sangat menguntungkan bagi wisatawan.

Pakons Prime Hotel menghadapi tantangan nyata dalam mengoptimalkan pendapatan, terutama karena mayoritas tamunya hanya menginap dalam waktu yang relatif singkat sehingga terdapat sebuah kondisi yang membatasi potensi perolehan nilai dari setiap kunjungan. Atas dasar itu, pendekatan Revenue per Available Guest (RevPAG) yakni ukuran pendapatan per tamu yang tersedia dipandang sebagai strategi paling tepat untuk diimplementasikan. Salah satu cara yang bisa dicoba adalah menghadirkan paket layanan *bundling* yang praktis, misalnya menggabungkan sarapan dan antar-jemput ke bandara dalam satu penawaran menarik. Membangun kemitraan strategis dengan pelaku wisata lokal dapat secara signifikan meningkatkan daya tarik properti, sekaligus memberikan nilai tambah bagi tamu melalui ragam pilihan aktivitas yang berkesan selama masa menginap mereka. Selain membuat pengalaman tamu menjadi lebih berkesan, langkah ini turut menghidupkan dan menopang perekonomian komunitas lokal di sekitarnya.

Selanjutnya, penerapan program loyalitas yang terencana dan layanan yang disesuaikan dengan preferensi pengunjung terbukti dapat secara signifikan

meningkatkan frekuensi kunjungan kembali. Dengan demikian, strategi ini dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan tamu dan loyalitas terhadap layanan yang diberikan.

Untuk bisnis perhotelan baru, mendapatkan pelanggan pertama dan mendorong mereka untuk berbagi pengalaman positif secara online adalah hal yang krusial. Berbagai strategi pemasaran dapat diadopsi untuk mencapai tujuan ini. Salah satunya adalah menawarkan program hadiah dan diskon kepada pelanggan baru serta mereka yang menulis ulasan, yang dapat membantu mengembangkan basis pelanggan dan meningkatkan kredibilitas online.

Pemasaran yang ditujukan kepada penduduk lokal dan keterlibatan dengan komunitas setempat juga sangat penting. Hal ini dapat menarik perhatian, membentuk basis pelanggan setia, dan mendorong rekomendasi positif dari orang ke orang, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan hotel melalui transaksi yang berulang.

Selain itu, pemasaran memberikan peluang bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan tren pasar, sehingga tetap relevan dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan yang selalu berubah. Desain hotel juga memainkan peran penting dalam industri perhotelan, memengaruhi pengalaman tamu, identitas merek, dan fungsionalitas hotel. Berbagai jenis materi promosi, seperti brosur, kartu nama, spanduk, dan desain media sosial, sangat bergantung pada keterampilan desainer grafis dalam menarik perhatian calon pelanggan.

Pengelolaan aktivitas makanan dan minuman harus mempertimbangkan dua aspek utama, yaitu pendapatan dan biaya pokok. Rangkaian program Ramadan dan Idul Fitri 2026 dirancang untuk memberikan pengalaman tematik yang menyeluruh di seluruh jaringan hotel. Program ini mencakup berbagai kegiatan, mulai dari sajian berbuka puasa yang khas, paket staycation Ramadan yang menarik, hingga liburan Idul Fitri yang dirancang untuk menciptakan perjalanan yang lebih hangat, mudah, dan bermakna bagi setiap tamu. Selain itu, para pengunjung dan calon

pengunjung akan menerima layanan yang memadai untuk menjawab pertanyaan seputar iftar, sehingga dapat memastikan pengalaman yang menyenangkan dan informatif selama bulan suci.

Pakons Prime Hotel diberikan peluang tambahan dengan brand-brand yang telah dikenal sangat luas dan berpotensi menjadi mitra. Destinasi wisata yang diakui sebagai wilayah unggulan menjadikan okupansi hotel dan jumlah kunjungan sebagai prioritas utama, yang akan berpengaruh langsung terhadap peningkatan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel di Kota Tangerang. Hotel ini diciptakan untuk memenuhi beragam kepentingan tamu, mulai dari pelancong sementara dan profesional bisnis, hingga individu yang menginginkan pengalaman liburan akhir pekan. Untuk bersaing di industri perhotelan yang kompetitif, penting bagi hotel ini untuk menerapkan strategi diferensiasi yang efektif. Diferensiasi dapat diwujudkan dengan membangun ciri khas yang benar-benar menonjol mulai dari desain interior yang memukau, pelayanan yang hangat dan responsif, hingga kemudahan akses digital untuk reservasi dan berbagai layanan lainnya.

Bagi para pelancong yang membutuhkan akomodasi dekat bandara, Swiss-Belhotel Airport Jakarta menjadi pilihan yang patut dipertimbangkan berkat lokasinya yang strategis di sekitar kawasan Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Fasilitasnya mencakup disediakan kolam renang, spa, dan ruang pertemuan, menjadikannya pilihan yang menarik bagi pelancong transit maupun pebisnis. Lokasi strategis dan fasilitas lengkap menjadikan hotel ini sebagai pesaing langsung di pasar akomodasi untuk kebutuhan perjalanan bisnis dan transit.

Dengan adanya potongan berupa voucher yang mengurangi biaya asli, hal tersebut menarik minat pelanggan yang ingin menetap maupun berlibur sehingga mendorong para Digital Content Creator untuk membuat konten berupa video yang akan membangkitkan *personal branding* dari tempat yang mereka kunjungi.

Sebagai contoh, seorang Graphic Designer memiliki tugas untuk menyampaikan pesan melalui media visual. Peran ini sangat penting di era modern yang menuntut branding efektif untuk mempromosikan merek, produk, atau

individu. Di samping itu, Digital Content Creator juga berperan aktif dalam mempromosikan konten di platform daring mulai dari memasarkan konten di platform online melalui produksi materi visual dan pengeditan video secara menyeluruh.

Desain grafis berfungsi sebagai bahasa visual yang menyampaikan kepribadian, nilai, dan penawaran unik sebuah hotel. Elemen seperti logo, skema warna, dan tipografi yang dirancang dengan baik dapat menciptakan kesan mewah atau relaksasi sesuai dengan janji merek kepada tamunya. Dalam industri perhotelan, desain grafis telah beralih dari sekadar kemewahan menjadi kebutuhan yang esensial.

Desain grafis bukan hanya soal tampilan yang menarik. Lebih dari itu, ia menjadi faktor penentu yang berdampak nyata pada profitabilitas dan arah perkembangan bisnis hotel secara menyeluruh. Materi promosi dan konten media sosial yang menarik dapat menarik perhatian calon tamu. Visual yang menarik yang dibagikan di berbagai platform memiliki potensi untuk menjadi viral, yang dapat memperluas jangkauan hotel dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, konsistensi dalam desain yang dieksekusi dengan baik berkontribusi pada reputasi positif, yang mendorong kunjungan berulang dan menghasilkan ulasan yang baik.

Maka dari itu, dalam upaya mempercepat komunikasi divisi marketing communication memerlukan seorang Graphic Designer dari divisi sales untuk mempromosikan produk maupun visual yang akan dicetak dan tentunya akan dipublikasikan pada platform digital. Kegiatan magang ini sangat penting dan dianjurkan untuk meningkatkan keterampilan dalam berkomunikasi serta kerjasama tim. Kemampuan setiap individu akan diukur dan ditingkatkan selama proses magang berlangsung. Alasan diadakan magang ini yakni untuk mengasah profesionalisme individu, mencari dan menambah ilmu di lapangan maupun dunia kerja, menyediakan pelayanan maksimal untuk akomodasi serta kompensasi bagi pengunjung yang mengalami pengalaman yang kurang berkenan. Dalam berbagai acara, seorang Graphic Designer diberi tugas oleh seorang Marketing

Manager untuk mengambil gambar pada acara tersebut yang pada akhirnya akan dilakukan proses pengeditan video.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Program magang ini diselenggarakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai kegiatan dalam sektor perhotelan, dengan fokus utama pada fungsi dan kontribusi divisi *Sales & Marketing*. Adapun secara lebih spesifik, berikut sejumlah tujuan pelaksanaan kegiatan magang:

1. Menerapkan keahlian dan pengetahuan desain grafis secara langsung untuk memenuhi kebutuhan visual Departemen *Sales & Marketing* di Pakons Prime Hotel Tangerang, mulai dari pembuatan materi promosi hingga konten pemasaran digital baik berupa desain maupun video;
2. Mengamati dan berperan serta secara proaktif dalam setiap fase siklus bisnis yang berhubungan dengan sektor pemasaran, mencakup penerimaan arahan, pelaksanaan tugas, hingga evaluasi hasil kerja. Berhubungan langsung dengan setiap divisi untuk menambah keterlibatan sehingga jaringan profesional pun ikut bertambah;
3. Mengasah kompetensi *hardskill* dalam pengoperasian perangkat lunak desain dan video, serta memperkuat *softskill* yang mencakup komunikasi, koordinasi, kerja tim, dan manajemen waktu sebagai fondasi penting dalam lingkungan kerja profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan program magang ditetapkan bahwa wajib mencakup waktu minimal 640 jam, yang setara menggunakan lebih kurang 4 bulan ditambah 10 hari. Peserta magang menjalani praktik magang di Pakons Prime Hotel dalam kurun waktu 6 bulan, yakni mulai 19 Januari 2026 hingga 18 Juni 2026.

Merujuk pada dokumen yang menyatakan penerimaan untuk program magang, waktu kerja yang telah diatur adalah di kantor (WFO) dari jam 09.00 hingga 18.00 yang diterapkan setiap hari Senin sampai Jumat. Peserta magang juga diwajibkan hadir pada hari Sabtu atau Minggu apabila terdapat kegiatan seperti Iftar, Rihlah,

Wedding Event, Wedding Gathering, Graduation, Sangjit, Birthday maupun *Meeting*. Kegiatan *Work From Office (WFO)* dilaksanakan di Kantor *Sales & Marketing* Pakons Prime Hotel, yang terletak di Jalan Daan Mogot Nomor 62, Sukarasa, Kota Tangerang, Banten 15111, Indonesia. Selain itu, perusahaan memberikan kesempatan libur pengganti yang disebut EO (*Event Off*) atau drop-out sementara bagi peserta yang masuk kerja pada hari libur. Libur pengganti ini dapat diambil pada hari kerja biasa, sehingga peserta magang tetap dapat menghadiri kegiatan bimbingan akademik yang dijadwalkan pada hari-hari tersebut.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Menghadiri sesi orientasi magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara melalui platform Zoom Meetings.
- 2) Menambah dan memenuhi KRS untuk program magang melalui myumn.ac.id sesuai keputusan telah menuntaskan minimal 110 SKS serta tidak memperoleh nilai D maupun E. Selain itu, mahasiswa diwajibkan memohon salinan bobot mulai semester pertama sampai dengan semester terkini sebelum menjalani magang melalui laman www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Mahasiswa dihibahkan kesempatan untuk mengajukan KM-01 secara berulang melalui pengisian Microsoft Forms yang dikirimkan melalui surel. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa lokasi magang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Setelah seluruh persyaratan terpenuhi, mahasiswa akan menerima pengesahan berbentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) yang dikeluarkan oleh Kepala Program Studi.
- 4) Mahasiswa diwajibkan melengkapi dan menyampaikan formulir KM-01 menggunakan portal prostep.umn.ac.id selepas berhasil menjumpai perusahaan yang sesuai demi melangsungkan program magang.
- 5) Pada tahap yang terakhir, para mahasiswa diwajibkan mengunduh lembar isian KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian

Kerja Magang), serta KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) sebagai persyaratan administrasi dalam penyusunan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Pengajuan program kerja magang dilakukan dengan mengisi serta mengirim email pada tanggal 13 Januari 2026, dengan melampirkan Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) pada email tersebut.
- 2) Prosedur penerimaan program magang di PT Pakons Hotelindo Sukses telah terlaksana dengan baik, ditandai dengan diterimanya pesan pemberitahuan kelulusan seleksi melalui akun *WhatsApp Business* pada tanggal 15 Januari 2026. Pada tanggal yang sama, peserta juga menerima surat penerimaan praktik kerja magang. Selain itu, surat penerimaan praktik kerja magang kembali diterima pada tanggal 15 September pada hari yang sama, yang ditandatangani oleh Human Resource Manager PT Pakons Hotelindo Sukses, Bapak Tio Wijaya.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Pelaksanaan proses program magang dilakukan dengan menjabat sebagai Intern Desain Grafis di bawah naungan Divisi *Sales & Marketing*.
- 2) Seluruh tugas dan informasi yang diperlukan selama pelaksanaan acara diperoleh melalui bimbingan langsung dari Bapak Muhammad Ridwan, S.I.Kom., selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan formulir KM-03 sampai dengan KM-07 dilaksanakan saat periode program kerja magang berlangsung. Adapun lembar penilaian kerja magang (KM-06) diserahkan kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang sebagai bagian dari tahapan penyelesaian magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) 1) Selama menyusun laporan praktik kerja magang ini, peserta magang menerima arahan dari Ibu Eunike Iona Saptanti yang bertindak sebagai Dosen Pembimbing. Proses bimbingan dilakukan secara online melalui

platform Zoom Meetings yang dimanfaatkan untuk meningkatkan komunikasi antara peserta magang dan pembimbing.

- 2) Laporan hasil praktik kerja magang telah diserahkan dan saat ini sedang menunggu proses pengesahan oleh Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Dokumen laporan praktikum magang yang sudah disetujui oleh otoritas terkait kemudian diajukan sebagai ketentuan untuk melanjutkan ke tahap sidang.

