

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang**

Perekonomian Indonesia pada tahun 2011 tumbuh sebesar 6,5 persen. Tumbuhnya perekonomian Indonesia ditunjang oleh beberapa sektor seperti Sektor Pengangkutan dan Komunikasi, Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran, Sektor Keuangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan, Sektor Jasa-Jasa dan Sektor Konstruksi, Sektor Industri Pengolahan, Sektor Listrik, Gas, dan Air Bersih, Sektor Pertanian dan Sektor Pertambangan dan Penggalian. Salah satu sektor yang menjadi pendukung dalam pertumbuhan sektor ekonomi ialah Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran, yang memberikan kontribusi tertinggi kedua sebesar 9,2 persen (BPS 2012). Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya jumlah hotel berbintang di Indonesia yang mencapai 1.169 unit dengan total kamar sebanyak 112.079 (BPS 2011).

Pada tahun 2011, Tingkat okupansi atau keterisian hotel berkisar 60 hingga 65 persen. Dan pada 2012, tingkat okupansi atau keterisian hotel diprediksi mengalami kenaikan dibanding 2011 (Keuangan investasi 2012). Dengan kenaikan tersebut, menunjukkan pertumbuhan pada bidang sektor perhotelan akan terus meningkat dan bertumbuh setiap tahunnya.

Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) menargetkan tingkat okupansi atau keterisian hotel mencapai 65 hingga 70 persen pada tahun 2012, dibandingkan tahun 2011 (Keuangan investasi 2012). Kenaikan tingkat okupansi

atau keterisian hotel di Jakarta tersebut, tentunya meliputi 146 bangunan hotel berbintang yang berdiri (BPS 2008). Dan untuk di Jakarta Barat, total keseluruhan hotel yang berdiri berkisar 22 bangunan hotel berbintang (BPS 2008) dan untuk hotel berbintang empat di Jakarta Barat sendiri terdapat tujuh bangunan, yaitu Batavia Hotel, Grand Tropic Hotel, Harris Hotel, Kartika Chandra Hotel, Menara Peninsula Hotel, Mercure Jakarta Hotel dan juga Hotel Santika Premiere Jakarta (Jakarta City Hotels 2011).

Seiring pertumbuhan pada bidang perhotelan, tentunya tidak terlepas dengan adanya persaingan. Untuk itu penting bagi industri perhotelan, membangun kredibilitas dan juga kualitas hotel mereka sebaik mungkin untuk memenangkan persaingan yang ada untuk meningkatkan tingkat hunian dari masing-masing hotel.

Untuk menjaga kredibilitas dan juga kualitas dari masing-masing hotel demi terjaganya citra dari hotel itu sendiri, maka dibutuhkan adanya peran *Public Relations*. Begitu pula dengan Hotel Santika Premiere Jakarta, yang membutuhkan adanya peran *Public Relations* untuk mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.

Seorang *Public Relations* harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan publik internal dan juga eksternal. Di dalam industri perhotelan, penting bagi seorang *Public Relations* untuk menjaga hubungannya dengan publik internal seperti dengan investor dan juga seluruh karyawan perusahaan. Karena dengan adanya komunikasi yang baik di setiap publik internalnya, maka akan membentuk pula hubungan yang baik dengan publik eksternal.

Secara internal, Seorang *Public Relations* harus dapat menjaga hubungan yang baik terlebih dahulu dengan setiap karyawan. Jika hubungan yang baik telah tercipta antar masing-masing karyawan, maka akan pula menciptakan pelayanan yang baik dan kenyamanan kepada setiap *customer*.

Dengan terbentuknya hubungan yang baik dengan pihak internal, maka tentunya akan terjalin pula hubungan yang baik dengan pihak eksternal. Salah satu pihak eksternal yang penting bagi suatu perusahaan ialah media massa. Media massa memiliki peranan penting dalam menciptakan informasi yang positif bagi perusahaan dan mengetahui kesan publik terhadap perusahaan. Dan hal tersebut dapat dibangun dalam aktivitas *Media Relations*.

Aktivitas *Media Relations* merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik (Iriantara 2005). Sehingga penting bagi seorang *public relations* dapat menjaga dan meningkatkan hubungan yang baik kepada media massa, karena media massa menjadi suatu sarana bagi pemberian informasi kepada publik terhadap perusahaan demi terciptanya informasi yang positif terhadap organisasi ataupun perusahaan.

Pelaksanaan *Media Relations* dilakukan untuk membentuk pendapat publik yang bersifat positif terhadap segala bentuk informasi dan juga pemberitaan mengenai perusahaan yang diberikan oleh pihak media massa. Dengan adanya *Media Relations* maka akan mempermudah perusahaan dalam

menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat melalui media (Pralistyo 2009).

Seorang *Public Relations* harus mampu mempertahankan hubungan baik dengan media dan juga publiknya secara internal ataupun eksternal. Hal ini merupakan kunci sukses bagi setiap perusahaan untuk menjaga *image* positif perusahaan terhadap publiknya. Hotel Santika Premiere Jakarta merupakan hotel bintang empat di Jakarta dan memiliki pengalaman cukup lama dalam bidang industri perhotelan. Banyak masyarakat dan juga turis dari luar negeri yang berkunjung dan menginap, karena selain fasilitas dan harga yang sesuai, mereka dapat menikmati dekorasi yang khas dan pelayanan yang hangat dari Hotel Santika Premiere Jakarta.

Penulis memilih penulisan terhadap *media relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* Hotel Santika Premiere Jakarta, karena untuk membangun hubungan yang baik dengan media bukanlah suatu hal yang mudah. Untuk itu departemen *Public Relations* Hotel Santika Premiere Jakarta berusaha membangun hubungan baik dengan media melalui aktivitas *media relations* untuk menciptakan publisitas positif bagi Hotel Santika Premiere Jakarta dalam pemberitaan Hotel Santika Premiere Jakarta selama tahun 2011-2012 yang berjumlah 14 pemberitaan di beberapa media. Seperti pada tahun 2011, dimana berita mengenai Hotel Santika Premiere Jakarta dimuat pada media Kontan pada 8 April 2011 dengan judul “Bersantap sambil bersantai di Santika”, kemudian pada 29 April 2011 dimana berita mengenai Hotel Santika Premiere Jakarta dimuat di media Suara Pembaruan dengan judul “Jadikan Musik Jazz Sebagai Lifestyle”,

Selain itu berita lainnya dimuat di media Tribun Jakarta pada 24 Mei 2011 dengan judul “Santika Premiere Jakarta Gelar Jazz in Harmony”, Kemudian berita mengenai “Jazz in Harmony” dimuat oleh media Tempo pada 11 Juni 2011, Lalu pemberitaan Hotel Santika Premiere Jakarta dengan judul “Jazz in Harmony” juga dimuat pada 9 Oktober 2011 di media Tempo, Kemudian pula, dimuatnya pemberitaan mengenai ulasan Hotel Santika Premiere Jakarta di Majalah Eksekutif bulan November 2011. Lalu juga pemberitaan mengenai “Santika Premiere Jakarta, Hotel Bintang 4 Terbaik” yang dimuat di media Kompas pada 8 Desember 2011, Ada pula pemberitaan yang dimuat oleh media Kompas pada 31 Desember 2011 dengan judul “Inilah Tren Hotel Tahun 2012” dan penerbitan *press-release* mengenai *event* “Moms and Kids” di Suara Pembaruan pada bulan Desember 2011, dan penerbitan *press-release* mengenai *event* “New Year” di Jakarta Post pada Januari di media Jakarta Post pada 5 Januari 2012, Kemudian pemberitaan lainnya mengenai Hotel Santika Premiere Jakarta di media Tempo pada 26 Februari 2012 dimuat dengan judul “Aksi Sosial di Ulang Tahun Ke-14”, Selain itu ada pula pemberitaan lainnya yang dimuat di media Kompas pada 16 April 2012 mengenai “Hotel Santika Beri Penghargaan kepada Kompas.com”, Lalu juga ada pemberitaan Hotel Santika Premiere Jakarta yang berjudul “Uniknya Sajian Pecking Duck Santika Premiere Jakarta” yang dimuat di media Tribun Jakarta pada 26 Mei 2012, dan pula ada pemberitaan mengenai “Hotel Santika Menggelar Pesta Rakyat Betawi” yang dimuat di media Warta Kota pada 27 Juni 2012 (Dokumentasi Departemen *Public Relations* Hotel Santika Premiere Jakarta 2012).

Melihat publisitas yang dimuat oleh pihak media setiap bulannya selama tahun 2011-2012, membuat Penulis ingin mempelajari lebih lanjut terhadap aktivitas *media relations* yang dibangun untuk mencapai publisitas dari Hotel Santika Premiere Jakarta. Karena tentunya terciptanya publisitas positif ataupun negatif bergantung terhadap bagaimana hubungan dengan media dapat terbangun.

Untuk menjalin hubungan yang baik dengan media, penerapan aktivitas *Media Relations* sendiri dilakukan untuk mendapatkan publisitas yang positif dari media. Dan hal ini dapat terbangun pula dengan menjaga dan terus membangun hubungan yang baik terhadap pihak media massa. Sehingga penting bagi setiap perusahaan dan begitu juga pada Hotel Santika Premiere Jakarta untuk dapat menjalin hubungan yang baik dengan media, karena publisitas perusahaan bergantung bagaimana hubungan tersebut terbentuk.

## **1.2. Tujuan Magang**

Penulis memiliki beberapa tujuan yang ingin penulis capai melalui laporan magang serta pelaksanaan magang ini, yaitu :

- 1) Mengetahui aktivitas *Public Relations* terkait aktivitas *Media Relations* Hotel Santika Premiere Jakarta.
- 2) Mempelajari proses pelaksanaan *Media Relations* untuk mencapai publisitas di Hotel Santika Premiere Jakarta.

### 1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Magang

Penulis melakukan magang dalam batasan ilmu komunikasi sesuai dengan jurusan yang diambil Penulis yaitu *Public Relations*. Dalam magang ini, Penulis ditempatkan di dalam departemen *Public Relations* dan berada di bawah pengawasan serta bimbingan dari *Public Relations Manager* Hotel Santika Premiere Jakarta, serta tidak lepas dari bantuan teman-teman dari departemen *Public Relations* dan staf-staf lainnya.

Beberapa kegiatan yang dilakukan penulis selama magang adalah melakukan kliping dari majalah seperti Majalah Tempo, Majalah Event Guide, Majalah Jakarta Java Kini, Majalah Venue, Majalah Hangout Jakarta, Majalah Eksekutif, Majalah Travel Guide, Majalah Garuda, Majalah Now Jakarta. Dan juga beberapa koran seperti Kompas, Suara Pembaharuan, Seputar Indonesia, Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Jakarta Post, Kontan, Koran Tempo, serta beberapa koran lainnya terhadap pemberitaan seputar Hotel Santika Premiere Jakarta dan beberapa hotel lainnya, setelah itu kemudian dipotong dan dikumpulkan untuk diserahkan kepada *Public Relations Manager*, kemudian, melakukan kegiatan *media relations* seperti membuat *press-release*, melakukan perjalanan pers atau *press tour*, melakukan *filing*, membuat report mingguan dan bulanan mengenai pemberitaan mengenai Hotel Santika Premiere Jakarta serta hotel-hotel lainnya dan juga melakukan *Public Relations* Administrasi.

#### **1.4. Waktu dan lokasi pelaksanaan magang**

##### **1.4.1 Waktu Pelaksanaan Magang :**

Magang dilaksanakan di Hotel Santika Premiere Jakarta, pada departemen *Public Relations*. Waktu operasional jam kerja dari Hotel Santika Premiere Jakarta adalah setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat, mulai pukul 08.00 – 17.00 WIB dan hari Sabtu, mulai pukul 08.00-14.00 WIB selama empat bulan, Terhitung sejak 1 November 2011 – 20 Februari 2012.

##### **1.4.2 Lokasi Pelaksanaan Magang :**

Perusahaan tempat Penulis melaksanakan magang, yaitu Hotel Santika Premiere Jakarta yang memiliki alamat sebagai berikut:

Hotel Santika Premiere Jakarta (Member of Kompas Gramedia)

Jalan AIPDA K.S. Tubun No. 7

Slipi, Jakarta 11410 - Indonesia

Telepon : 021-5361777, 5330350

[www.santika.com](http://www.santika.com)

