

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu tujuan wisata yang banyak digemari oleh para wisatawan karena Indonesia merupakan negara yang indah dan eksotis. Indonesia kaya sumber daya alam, dimulai dari lautan, pantai, pegunungan, matahari dan lainnya.

Turis dari berbagai macam negara datang untuk mengunjungi Indonesia dan tentunya mereka membutuhkan tempat untuk bersinggah (Kompas, 2019). Salah satu tempat bersinggah yang paling umum dan sering dipilih oleh turis adalah hotel.

Industri perhotelan merupakan salah satu faktor untuk memajukan bidang pariwisata di Indonesia. Keberadaan industri perhotelan di Indonesia dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan, yang berpergian untuk berlibur maupun untuk keperluan bisnis. Menurut data Kemenparekraf pada bulan Mei 2021 terdapat, sebanyak 155.607 kunjungan dari berbagai negara untuk datang ke Indonesia, tentunya persaingan di industri perhotelan pun akan semakin kompetitif karena industri perhotelan merupakan bagian dari industri pariwisata (Kemenparekraf, 2021)

Industri perhotelan merupakan industri yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan, sebuah hotel akan berusaha untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para tamunya agar memiliki citra yang baik. Dengan adanya persaingan yang

kompetitif dalam industri perhotelan, sebuah hotel harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Tentunya setiap perusahaan ingin memiliki citra atau *image* yang baik dimata masyarakat. Pengertian citra menurut Buchari Alma dalam Suwandi (2011) adalah, “Kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu”. Rhenald Kasali juga mengemukakan citra sebagai, “Kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan” dalam (Suwandi, 2011).

Citra perusahaan merupakan salah satu faktor sangat penting bagi sebuah perusahaan. Dengan berkembangnya zaman dan teknologi tentunya persaingan antar bisnis semakin sulit. Dengan memiliki citra perusahaan yang baik di mata publik dan masyarakat sekitar, dapat menjadi suatu kelebihan yang positif bagi perusahaan. Membangun dan mempertahankan citra yang baik dimata masyarakat bukan merupakan hal yang mudah. Maka dari itu sebuah perusahaan diwajibkan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya dan juga *stakeholder*. Dalam rangka memperoleh citra yang baik, terdapat berbagai macam cara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, salah satunya adalah melakukan *Marketing Public Relations*. *Marketing Public Relations* didefinisikan oleh Thomas L. Harris dalam bukunya *Value Added PR* sebagai berikut:

“Penggunaan strategi dan teknik PR untuk mencapai tujuan pemasaran. Tujuan MPR adalah untuk mendapatkan kesadaran, merangsang penjualan, memfasilitasi komunikasi dan membangun hubungan antara konsumen dengan perusahaan dan merek. Fungsi utama MPR adalah mengkomunikasikan informasi yang kredibel, mensponsori acara-acara yang relevan

dan mendukung tujuan yang menguntungkan masyarakat”, Harris (1998, h. 21).

Peran *Marketing Public Relations* adalah untuk meningkatkan informasi dan pengetahuan mengenai sebuah perusahaan. Tentunya untuk mencapai hal tersebut, dibutuhkan strategi yang baik juga, terdapat beberapa strategi *Marketing Public Relations* yang dapat digunakan. Strategi yang akan diaplikasikan dalam kerja lapangan pemegang adalah strategi *Marketing Public Relations* 3P atau dapat disebut strategi *Push, Pull* dan *Pass*.

Platform digunakan oleh Ra Premiere Simatupang untuk memasarkan hotel dan meningkatkan jumlah tamu adalah Instagram, Facebook, Website, kerjasama dengan media atau dapat disebut dengan *media relation* dan juga melakukan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Dalam kegiatan magang atau kerja praktek yang dilakukan oleh pemegang di hotel Ra Premiere Simatupang, pemegang dapat belajar bagaimana cara meningkatkan citra dan *brand awareness* Ra Premiere Simatupang dengan menggunakan platform–platform tersebut dan strategi *Marketing Public Relations*.

1.2 Tujuan Magang

Penulis memilih untuk melakukan magang sebagai tugas akhirnya untuk memenuhi syarat kelulusan proses pendidikan S1. Tujuan penulis melakukan kegiatan magang di perusahaan “Hotel Ra Premiere Simatupang Jakarta” khususnya di Departemen *Sales and Marketing* sebagai *Marketing Communication Officer* adalah:

- 1) Menerapkan fungsi strategi *Marketing Public Relations* 3P di hotel Ra Premiere Simatupang
- 2) Melakukan kegiatan strategi *Marketing Public Relations* 3P yang berfungsi untuk meningkatkan citra dan *brand awareness* hotel Ra Premiere Simatupang
- 3) Mengetahui apakah strategi *Marketing Public Relations* 3P efektif dalam meningkatkan citra dan *brand awareness* hotel Ra Premiere Simatupang.

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

1.3.1 Ruang Lingkup

Hotel Ra Premiere Simatupang merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan pelayanan jasa yang dikelola oleh CEO (*Chief Executive Officer*) dan COO (*Chief Operating Officer*), tugas kedua tokoh tersebut adalah mengelola karyawan yang terdiri dari beberapa divisi, salah satunya adalah divisi Operasional dimana divisi tersebut melayani *in house guests* secara langsung contohnya seperti *Guest Relation Officer*, *Receptionist*, dan *Housekeeping*. Selain itu terdapat divisi *Finance* dimana divisi tersebut mengelola biaya yang masuk dan keluar di Hotel Ra Premiere Simatupang. Terdapat juga divisi HRD atau *Human Resource Department*, divisitersebut mengatur dan mengembangkan sumber daya dan kemampuan seluruh karyawan di dalam perusahaan. Dalam industri perhotelan tentunya kami memiliki divisi *Food and Beverages* (F&B) yang menangani penyajian makanan dan minuman dalam sebuah hotel. Kemudian juga terdapat divisi *Banquet* dimana divisi tersebut bertanggungjawab untuk menyediakan dan mengurus ruangan- ruangan yang akan dipakai untuk sebuah

acara atau *event*. Tentunya dalam setiap perusahaan, divisi Keamanan merupakan divisi yang sangat penting agar dapat menjaga keamanan dan ketentraman perusahaan. Lalu hotel Ra Premiere Simatupang juga memiliki divisi yang sangat penting yaitu divisi *Sales and Marketing* dimana divisi tersebut memiliki tugas untuk menarik *client* atau tamu eksternal dan memperoleh profit hal tersebut. Penulis menjalankan kegiatan magang di divisi *Marketing* sebagai *Marketing Communication Officer*.

Marketing Communication Officer memiliki tugas untuk memasarkan produk kepada masyarakat umum dan mengembangkan *brand awareness* perusahaan terhadap publik. Hal tersebut tentunya membutuhkan strategi agar tujuan perusahaan dapat dicapai. Sebagai *Marketing Communication Officer*, penulis memiliki beberapa *job description* untuk mencapai tujuan atau target dari hotel Ra Premiere Simatupang. Salah satunya adalah melakukan promosi dan *brand exposure* di media sosial untuk menarik tamu dan masyarakat umum.

1.3.1. Batasan

Pemegang diberi kesempatan untuk melakukan tugas akhir magang di hotel Ra Premiere Siimatupang Jakarta. Pemegang ditempatkan di divisi *Sales and Marketing* sebagai *Marketing Communication Officer*. Dalam melakukan kegiatan magang sebagai *Marketing Communication Officer* pemegang mempelajari bagaimana cara menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan sebuah produk atau perusahaan. Selain menjadi *Marketing Communication Officer*, pemegang juga berperan sebagai *Public Relation* hotel dimana pemegang harus memiliki kemampuan

untuk menjadi jembatan antara masyarakat dan perusahaan. Pemegang diberikan kewajiban untuk menjadi admin media sosial hotel Ra Premiere Simatupang yaitu *Instagram, Facebook, Website* dan juga memiliki tanggungjawab untuk menjalin hubungan dengan media atau mempertahankan *media relation*, yang berupa kerjasama *partnership* yang saling menguntungkan bagi kedua pihak. Pemegang juga harus memiliki kreativitas dalam mengelola media sosial agar menarik lebih banyak tamu, contohnya membuat promosi, *event*, dll. Tujuan dari aktivitas yang dilakukan oleh *Marketing Communication Officer* adalah untuk menarik masyarakat agar tertarik untuk menginap di hotel Ra Premiere Simatupang Jakarta.

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

Pemegang melakukan aktivitas magang selama 4 bulan di hotel Ra Premiere Simatupang Jakarta dan kurang lebih bekerja selama 720 jam.

Lokasi: Intan No.25 1 2, RT.1/RW.2, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta

Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430

T. (021) 27653080

Waktu pelaksanaan magang: 3 Agustus 2020 – 3 Desember 2020. Senin hingga Jumat pukul 09.00 WIB – 18.00 WIB