

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Magang

Seiring dengan globalisasi dan perkembangan teknologi, sektor pariwisata juga semakin berkembang. Kini, masyarakat dapat dengan mudah melakukan perjalanan lintas kota bahkan negara. Banyak alasan mengapa seseorang melakukan perjalanan jauh. Mulai dari alasan mengunjungi kerabat, belajar, hingga bisnis. Tidak jarang, berlibur juga menjadi salah satu tujuan utama masyarakat untuk pergi jauh melintasi kota bahkan negara yang sebelumnya belum ia kunjungi. Alasan-alasan tersebut membuat seseorang memerlukan tempat tinggal sementara di daerah tujuannya. Akomodasi tempat tinggal sementara ini menjadi pilihan masyarakat untuk mengistirahatkan diri di tempat yang jauh dari rumah.

Hotel adalah jenis akomodasi yang memanfaatkan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan layanan penginapan, makanan, minuman, serta fasilitas pendukung lainnya. Hotel berfungsi sebagai tempat tinggal sementara yang tersedia untuk umum, dikelola secara profesional dengan mempertimbangkan keuntungan atau kerugian, dan bertujuan untuk menghasilkan pendapatan finansial (Andriasan Sudarso, 2016). Pada dasarnya, hotel merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa, memberikan kenyamanan fisik, psikologis, dan keamanan bagi para tamu selama mereka menggunakan fasilitas atau menikmati layanan yang disediakan (Agus Nawar, 2002).

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 65 Tahun 2001 tanggal 31 September 2001, hotel adalah bangunan yang dirancang khusus untuk menyediakan tempat bagi orang-orang menginap atau beristirahat, dengan mendapatkan pelayanan atau fasilitas lain yang dikenakan biaya dan dijual secara komersial. Bangunan tersebut dapat mencakup struktur bangunan lain yang menyatu seperti outlet restoran, salon, atau spa, selama dikelola dan dimiliki oleh pihak yang sama, kecuali bangunan yang difungsikan sebagai pertokoan dan perkantoran.

Hotel juga dapat diartikan sebagai jenis usaha akomodasi yang menawarkan fasilitas kamar dengan pembayaran harian, disertai berbagai fasilitas pelayanan tambahan seperti kolam renang, sarapan, restoran, spa atau salon, dan pusat kebugaran. Fasilitas tersebut meliputi penyediaan makanan dan minuman, fasilitas untuk konvensi dan pameran, rekreasi dan hiburan, olahraga dan kebugaran, layanan bisnis dan perkantoran, jasa keuangan, area perbelanjaan, serta pengembangan fasilitas lain yang mendukung aktivitas tamu dan pengunjung.

Dalam Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.PM10/PW.301/phb-77, tertulis bahwa berdasarkan tujuan dan tuntutan tamu yang ingin menginap, hotel dibagi menjadi empat jenis, yaitu:

1. *Bussiness hotel*, yaitu hotel yang bertujuan untuk melayani tamu yang memiliki kepentingan bisnis.
2. *Tourist hotel*, yaitu hotel yang bertujuan melayani para tamu yang akan mengunjungi objek objek wisata.
3. *Sport hotel*, yaitu hotel khusus bagi para tamu yang bertujuan untuk olahraga atau sport.
4. *Research hotel*, yaitu hotel yang memiliki fasilitas akomodasi yang disediakan bagi tamu yang bertujuan melakukan riset.

Dalam menjalankan bisnisnya, hotel juga turut serta membantu membuka banyak lapangan kerja untuk masyarakat sekitarnya. Sebuah hotel biasanya terdiri dari tim operation dan tim back office. Tim operation meliputi pekerja-pekerja yang berhadapan langsung dengan tamu seperti pelayan, pembersih, dan banyak lainnya. Sementara tim back office terdiri dari divisi-divisi yang pada umumnya ada di sebuah perusahaan seperti Sales & Marketing, human resource, finance, dan banyak lainnya.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, pada tahun 2023 terdapat 252 hotel bintang lima di Indonesia. Angka ini hanya mencakup 6,1% dari total hotel berbintang di seluruh negeri. Data ini menunjukkan persaingan yang tinggi dalam industri hotel, khususnya hotel bintang 5. Strategi bisnis hotel menjadi sangat penting dalam hal ini mengingat peliknya persaingan yang terjadi antar hotel. Menurut Muhammad Sa'ad, strategi yang dijalankan hotel saat ini tidak hanya berfokus pada aspek keindahan dan pemandangan alam, seperti yang sering disoroti oleh pengulas dan wisatawan. Hotel masa kini tetap

memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan secara menyeluruh. Strategi ini digunakan untuk memastikan pengalaman tamu yang lebih utuh dan memuaskan. Strategi tersebut mencakup peningkatan unsur-unsur berikut:

1. *Tangible* : Aspek fisik seperti fasilitas hotel, kebersihan, tampilan staf, dan kenyamanan lingkungan.
2. *Reliability* : Keandalan dalam memberikan layanan yang konsisten, tepat waktu, dan sesuai dengan yang dijanjikan.
3. *Responsiveness* : Kemampuan dan kesigapan staf dalam merespons kebutuhan, permintaan, atau keluhan tamu secara cepat dan efektif.
4. *Assurance* : Rasa percaya dan keamanan yang diberikan kepada tamu melalui profesionalisme, pengetahuan, dan keramahan staf.
5. *Empathy* : Kepedulian dan perhatian pribadi terhadap kebutuhan dan kenyamanan tamu.

Salah satu hotel yang telah cukup lama berdiri di tengah kota Jakarta adalah The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan. Hotel ini merupakan bagian dari salah satu rantai hotel terbesar di dunia, yaitu Marriott International. The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan merupakan hotel bintang 5 yang telah berdiri sejak tahun 2005. Dalam manajemennya, The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan bergabung bersama JW Marriott Hotel Jakarta. Kedua hotel ini berada di pusat kota Jakarta sehingga membuat kedua hotel kerap menjadi pilihan utama sebagai tempat menginap untuk pekerja yang sedang melakukan bussiness trip.

BPS (Badan Pusat Statistik) pada 2023 mencatat bahwa terdapat 4.129 hotel berbintang yang ada di Indonesia. Angka ini menunjukkan tingginya persaingan antara hote-hotel yang ada di Indonesia khususnya hotel bintang 5. Demi tetap bertahan di tengah banyaknya hotel-hotel bintang 5 baru yang ada di Indonesia, diperlukan komitmen yang tinggi dari setiap pekerja hotel termasuk tim *marketing*. Tim *marketing* dalam sebuah hotel berfokus dalam menghadirkan kolaborasi dan inovasi baru untuk memastikan hotel tetap dapat bersaing dan terus diingat oleh tamu.

Tim *marketing communication* di The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan sendiri telah melakukan berbagai kolaborasi dengan *brand* tenama seperti Venchi, Garuda Airlines, berbagai media ternama dunia seperti Elle dan DestinAsian, hingga berbagai hotel bintang 5 lain dari penjuru dunia. Kegiatan-kegiatan berikut dilakukan sebagai upaya untuk membuat hotelnya terus diingat oleh tamu. Tim ini

terbagi menjadi tiga sub-divisi yaitu *PR and partnership*, *digital marketing*, dan *creative design*. Ketiganya menjalani pekerjaan yang berkesinambungan dan berfokus pada pemasaran hotel baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Pada era ini, mahasiswa semakin menyadari pentingnya memiliki pengalaman langsung dalam dunia industri profesional untuk menunjang kesuksesan karir mereka di masa depan. Pengalaman bekerja di sektor industri memberikan wawasan dan keterampilan yang tidak hanya melengkapi pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah, tetapi juga memperkenalkan mahasiswa pada dinamika dunia kerja yang sesungguhnya. Mengingat hal tersebut, praktikan memutuskan untuk mengikuti Program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di hotel The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan, sebagai upaya untuk mendapatkan pemahaman tentang praktik kerja *public relations* dalam dunia kerja yang nyata khususnya dalam industri perhotelan.

Program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini dirancang khusus untuk memberi mahasiswa kesempatan yang lebih luas dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dalam konteks dunia industri. Program ini bertujuan untuk mengembangkan kompetensi mahasiswa, dalam hal *soft skill* seperti manajemen waktu, menjalin komunikasi antar generasi yang baik dalam dunia kerja, hingga menerapkan sikap profesional. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk mengembangkan *hard skill* mahasiswa seperti cara mengelola hubungan dengan media dan *Key Opinion Leader* (KOL), proses pengelolaan krisis, cara melakukan riset dengan baik, hingga cara mengorganisir suatu acara untuk publik. *Skill-skill* tersebut akan bermanfaat dalam membentuk profesional muda yang siap menghadapi tantangan dunia kerja sebagai praktisi *public relations*. Melalui magang di The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan, praktikan dapat memperoleh keterampilan praktis yang relevan dengan bidang studi yang sedang dijalani, yang sekaligus memperluas jejaring profesional di industri perhotelan yang memiliki standar tinggi.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

1.2.1 Maksud Magang

Maksud dari kegiatan magang praktikan sebagai *marketing communication* dalam The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan adalah sebagai berikut :

1. Mempelajari cara bekerja secara professional dalam *bidang marketing communication*;
2. Mempelajari strategi kampanye dan media sosial untuk industri hotel, serta keterampilan dalam merancang kampanye pemasaran digital, mengelola konten media sosial, dan membangun hubungan dengan media, *influencer*, dan publik.
3. Menerapkan konsep dan teori yang dipelajari dan diaplikasikan dalam situasi nyata dalam perusahaan, sehingga dapat memahami bagaimana prinsip-prinsip pemasaran dan komunikasi bekerja dalam konteks bisnis sehari-hari;
4. Memperoleh pemahaman mendalam tentang dinamika industri pariwisata khususnya hotel, termasuk tren terbaru, tantangan, dan peluang di pasar;
5. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan dan persaingan dalam karir dalam peran *marketing communication*;
6. Mempelajari cara mengelola konten kreatif yang konsisten dalam Instagram hotel beserta outletnya mulai dari tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi;
7. Membangun hubungan yang baik antara praktikan dan The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan sebagai salah satu peluang pekerjaan dalam industri komunikasi; dan
8. Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menjadi wujud nyata dan komitmen mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya untuk belajar *skill* bekerja yang sesuai dengan industri komunikasi secara nyata.

1.2.2 Tujuan Magang

Tujuan dari kegiatan Magang praktikan sebagai *marketing communication* dalam Hotel The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan pengalaman bekerja professional dalam bidang *marketing communication*;
2. Mendapatkan pengalaman praktis dalam mengelola strategi pemasaran dan media sosial untuk industri hotel, merancang dan melaksanakan

- kampanye pemasaran digital, mengelola konten media sosial, serta membangun koneksi dengan media, *influencer*, dan publik.
3. Memahami bagaimana prinsip-prinsip pemasaran dan komunikasi bekerja dalam konteks bisnis sehari-hari dengan menerapkan konsep dan teori yang dipelajari dan diaplikasikan dalam situasi nyata dalam perusahaan,
 4. Memperoleh pemahaman mendalam tentang dinamika industri pariwisata khususnya hotel, termasuk tren terbaru, tantangan, dan peluang di pasar;
 5. Mendapat keterampilan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan dan persaingan dalam karir dalam peran *marketing communication*;
 6. Mampu mengelola konten kreatif yang konsisten dalam Instagram hotel beserta outletnya mulai dari tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi;
 7. Mendapat relasi yang luas untuk menunjang karir praktikan di masa yang akan datang.

1.3 Tempat Magang

Praktikan memilih sektor industri perhotelan untuk melaksanakan magang, lebih tepatnya praktikan menjalankan magangnya di The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan. Hotel ini berada di Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung Kav.E.1.1 no.1, Mega Kuningan, Jakarta, Indonesia, 12950. Dilihat dari sejarah dokumen internal The Ritz carlton Jakarta, Mega Kuningan, hotel ini merupakan properti hotel The Ritz-Carlton pertama di Indonesia yang dibangun di pusat kota Jakarta pada tahun 2005. Dalam manajemennya, The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan bergabung bersama JW Marriot Hotel Jakarta sehingga kedua hotel memiliki tim *back office* yang sama.

Nama The Ritz-Carlton secara luas dikenal masyarakat sebagai hotel bintang 5 yang menawarkan layanan personal terbaik kepada setiap tamunya. Saat ini, The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan menyediakan berbagai layanan seperti kamar penginapan, ruangan *meeting*, *ballroom*, spa, bar, pusat kebugaran, hingga restoran. Fasilitas hotel ini meliputi 318 kamar penginapan dengan standar kelas dunia dan view kota Jakarta, kolam renang, pusat kebugaran, spa, sauna, *whirlpool*, *club lounge*, *golf simulator*, dan 3 *dining outlet* atau restoran.

Hotel ini sering kali digunakan sebagai tempat pelaksanaan berbagai acara besar dari berbagai industri. The Ritz Carlton Jakarta, Mega Kuningan menjadi tempat pelaksanaan rapat besar Dewan Perwakilan Daerah (DPD) yang dihadiri oleh ratusan pejabat dari setiap daerah di Indonesia. Selain itu, *Annual Scientific Meeting of Indonesian Heart Association (ASMIHA) 2024* yang merupakan salah satu konferensi kedokteran terbesar di Indonesia juga dilaksanakan di hotel ini. Dalam kesehariannya, The Ritz Carlton Jakarta, Mega Kuningan juga banyak dijadikan sebagai tempat singgah *public figure* mulai dari aktris dan aktor internasional hingga pejabat-pejabat tinggi dari penjuru dunia.

Setiap hari, seluruh fasilitas hotel harus selalu dioptimalkan fungsinya. Untuk kamar penginapan, target pasar utama hotel ini adalah pekerja-pekerja ekspat yang memiliki pekerjaan di Indonesia khususnya daerah Jakarta. Hal ini dilakukan dengan cara bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan sekitar Jakarta. Pekerja-pekerja ekspat biasanya tinggal dalam periode waktu yang lama di hotel. Terdapat juga tamu-tamu yang datang untuk merayakan momen bahagiannya seperti ulang tahun, anniversary, dan momen-momen lainnya.

Di *ballroom*, banyak diadakan berbagai acara seperti penghargaan dari berbagai brand dan perusahaan, pernikahan, dan banyak acara lainnya. Ruang rapat juga disewakan setiap hari untuk keperluan rapat perusahaan hingga pemerintahan (kementrian). Ruang rapat di The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan memiliki dinding pemisah yang dapat dibuka sehingga luas ruangan dapat benar-benar disesuaikan dengan keperluan tamu. Fasilitas lain seperti spa, kolam renang, dan pusat kebugaran juga dibuka untuk publik tanpa harus menginap.

Outlet The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan meliputi Asia Restaurant, Lobo & Juno, dan Ozone Bar. Asia Restaurant merupakan *all-day dining*, artinya Asia Restaurant menyediakan layanan sarapan, makan siang, dan makan malam secara prasmanan (*buffet*). Setiap harinya, Asia Restaurant melayani 600 – 900 tamu. Pilihan makanan yang ada di restoran ini sangat bervariasi mulai dari makanan internasional hingga makanan khas Indonesia.

Outlet selanjutnya adalah Lobo & Juno. Restoran ini baru saja diperbaharui dengan kolaborasi dengan Juno Home yang membuat interior restoran ini sangat menarik. Lobo & Juno merupakan restoran bergaya world bistro yang menyajikan berbagai pilihan makanan khas dari berbagai belahan dunia. Lobo & Juno memiliki

filosofi sepasang penjelajah yang suka mencoba hal-hal baru sehingga makanan yang tersedia di restoran ini juga sangat bervariasi. Dibandingkan Asia Restaurant, Lobo & Juno memiliki kesan yang lebih eksklusif dan mewah.

Outlet terakhir yaitu Ozone Bar. Ozone Bar yang saat ini berada di The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan telah di renovasi ulang sehingga memiliki interior yang menawan dan hangat. Bar ini juga menyediakan *golf simulator* yang dapat digunakan oleh tamu. *Golf simulator* ini sangat diminati oleh tamu yang datang mengingat mayoritas tamu memiliki jadwal yang padat dan lebih memilih untuk melakukan aktivitas hobi seperti bermain golf di dekat tempat tinggalnya.

Dengan mengutamakan layanan personal (*personal service*), hotel ini berhasil bertahan dengan sangat baik di tengah banyaknya hotel baru yang bermunculan. Selain itu, kolaborasi yang dilakukan oleh The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan juga sangat menunjang eksistensinya di kalangan masyarakat. Hotel ini berkolaborasi dengan banyak brand ternama seperti La Mer, Coach, Tom Ford, dan berbagai brand lainnya termasuk media. Media yang termasuk mitra The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan adalah Timeless, Now Jakarta, Elle, DestinAsian, dan Bazaar.

Kesuksesan hotel tidak lepas dari pekerja di The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan yang disebut sebagai Ladies and Gentleman. Ladies and Gentleman selalu diingatkan untuk menerapkan Gold Standar yang terdiri dari Credo, *Employee Promise*, Motto, *Service Value*, Three Steps of Service. Hal ini bertujuan untuk memastikan setiap pekerja di The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan selalu memberikan pelayanan terbaik untuk tamu. Salah satu contoh layanan personal adalah memanggil tamu menggunakan namanya. Dengan sentuhan kecil seperti itu, setiap tamu diharapkan dapat merasa dihargai dan diingat oleh *Ladies and Gentleman*.

Setiap properti The Ritz-Carlton memiliki ciri khasnya masing-masing. Pada properti di Mega Kuningan, ciri khasnya adalah wangi anggrek hitam dengan scenografi atau ciri khas "*spice of life*". Ciri khas ini ditunjukkan melalui berbagai hal kecil yang akan membuat tamu selalu mengingat hotel ini.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Magang

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Magang

banyak sehingga proses ini memakan waktu yang tidak singkat, menuntut ketelitian dan kesabaran dari praktikan.

Sesuai kebijakan dari pihak hotel, periode magang dijadwalkan akan dimulai pada tanggal 10 Juli 2024. Dengan demikian, setelah seluruh dokumen diselesaikan, praktikan masih memiliki waktu senggang selama sekitar satu minggu. Waktu ini dimanfaatkan dengan baik oleh praktikan untuk mempersiapkan diri secara optimal sebelum menghadapi pengalaman kerja di dunia profesional. Persiapan ini mencakup persiapan fisik, mental, hingga mempelajari lebih dalam tentang prosedur dan budaya kerja di hotel tersebut.

Pada minggu kedua bulan Juli, tepatnya tanggal 10 Juli 2024, praktikan resmi memulai periode magangnya. Program magang ini berlangsung selama enam bulan, hingga tanggal 15 Januari 2025. Selama periode tersebut, praktikan akan menjalankan program magang dengan total durasi mencapai 2.880 jam kerja. Selama periode ini, praktikan tidak hanya mendapatkan pengalaman kerja di dunia nyata tetapi juga memperdalam keterampilan, menambah pengetahuan praktis, dan membangun jaringan profesional yang berharga untuk masa depan.