

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha perhotelan adalah usaha yang bergerak dibidang jasa dan sarana penunjang keberhasilan disektor pariwisata. Perhotelan adalah usaha jasa dalam memberikan layanan berupa berbagai produk hotel dan fasilitas hotel yang dituntut mampu melayani para konsumennya. Fungsi hotel bukan saja tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, mengadakan seminar atau sekedar untuk mendapatkan ketenangan. Persaingan hotel-hotel yang ada di Lombok ditunjukkan dengan adanya mutu pelayanan yang ditawarkan dari setiap Manajemen Hotel. Mulai dari fasilitas hotel, keadaan kamar, harga sewa kamar dan bagaimana pihak hotel melayani konsumen.

Persaingan bisnis dibidang jasa perhotelan khususnya di Kota Lombok semakin ketat. Persaingan yang ketat antar hotel tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya. Hotel Golden Palace Lombok sebagai hotel yang menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman, dan jasa lainnya, harus selalu memperhatikan tentang kualitasnya, baik itu kualitas dalam

hal pelayanan, fasilitas maupun harga yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar para konsumen atau pelanggan tetap loyal terhadap Golden Palace Hotel Lombok. Maka dari itu peran Public Relation sangat dibutuhkan di Golden Palace Hotel Lombok

Public Relation berorientasi menciptakan citra positif perusahaan sehingga di benak publik dapat diperhitungkan, serta dapat dipercaya dan professional sesuai dengan visi dan misi yang diusung perusahaan itu sendiri. *Public Relation* melakukan kegiatan yang lebih banyak ditekankan untuk membina hubungan baik dengan publik terutama media sebagai sarana publikasi. *Public Relation* menggunakan kekuatan komunikasi untuk mendukung keberhasilan dalam bagian kegiatan promosi perusahaan, karena inti dari promosi adalah suatu metode komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi target pasar pada tempat dan saat yang tepat. Maka seorang *Public Relations* harus memiliki kemampuan komunikasi yang kuat agar pesan serta publikasi yang disampaikan dapat dipercaya dan dapat meyakinkan publik.

Menurut Rhenald Kasali dalam bukunya Manajemen Public Relations (1994:40) :

Dengan adanya *Public Relations*, perusahaan mampu menciptakan gambaran menyeluruh sebagai bentuk perwakilan seluruh aspek yang ada di dalamnya. Tidak dapat dipungkiri *Public Relation* mempunyai peranan penting dalam usaha penanaman rasa kepercayaan terhadap Masyarakat sehingga tercipta hubungan saling menguntungkan antara kedua belah pihak. *Public Relation* berorientasi untuk membangun citra positif perusahaan dan memberikan hasil yang lebih dari sekedar

proses marketing. *Public Relations* dan *Marketing* pada dasarnya saling melengkapi, dan apabila keduanya saling bersinergi dengan baik maka dampaknya akan luar biasa bagi Perusahaan. *Public Relations* menjalankan fungsi publikasi, membantu dan memperluas cakupan konsumen yang telah direncanakan. Strategi ini dapat dilakukan dengan menggunakan iklan dan berbagai teknik komunikasi *Marketing* lainnya. Semuanya itu masuk kedalam satu bingkai pemasaran.

Public Relation Golden Palace Hotel Lombok berada dalam Department Sales dan Marketing dalam melakukan kegiatan Marketing Public Relation (MPR). Marketing Public Relation di Golden Palace Hotel Lombok berperan dalam meningkatkan pelayan-pelayanan kepada customer termasuk dalam upaya mengatasi keluhan-keluhan terhadap pelayanan Golden Palace Hotel Lombok. Marketing Public Relation Golden Palace Hotel Lombok melakukan proses perencanaan, eksekusi, dan evaluasi program-program yang mendorong pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi yang kredibel dalam menyampaikan informasi dan menciptakan impresi yang mengidentifikasi perusahaan dan produknya dengan kebutuhan, keinginan, perhatian, dan kepentingan konsumen. Dari uraian diatas maka laporan kegiatan Kuliah Kerja Praktik ini berjudul. **“KEGIATAN MARKETING PUBLIC RELATION di GOLDEN PALACE HOTEL LOMBOK”**

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Tujuan umum dilakukannya Kuliah Kerja Praktik adalah :

- a. Mengetahui Kegiatan Marketing Public Relation di Golden Palace Hotel Lombok.
- b. Mengetahui keterkaitan antara Marketing dan Public Relation di Golden Palace Hotel Lombok

1.3 Kegunaan Kuliah Kerja Praktik

Hasil laporan praktik Kerja Lapangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1.3.1. Kegunaan Teoritis

Adapun manfaat yang didapatkan penulis melalui Kuliah Kerja Praktik ini adalah mengetahui sejauh mana penerapan Ilmu Komunikasi dalam media kehumasan tentang *Marketing Public Relation*.

1.3.2. Kegunaan Praktis

Adanya KKP ini merupakan upaya penulis untuk mengetahui berbagai kegiatan Humas seperti *Kegiatan Public Relations* dan memahami gambaran Humas secara langsung khususnya pada Humas di Hotel Golden Palace Lombok. Agar penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dari Praktik Kerja Lapangan.

1.4 Lokasi dan Waktu Kuliah Kerja Praktik

1.4.1 Waktu

Penulis melakukan Kuliah Kerja Praktik di Department Public Relation

Terhitung mulai dari 11 Agustus s/d 11 September 2017

Masuk Kerja 07.30 WITA

Selesai Kerja : Pukul 16.00 WITA (Senin - Sabtu)

1.4.2 Tempat

Tempat praktek kerja lapangan atau magang yang dilaksanakan oleh penulis adalah :

Lokasi : Golden Palace Hotel Lombok

Alamat: Jalan Sriwijaya No. 38, Saptamarga, Cakranegara, Saptamarga,
Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. 83232