

LAPORAN KERJA PRAKTIK
PERAN MARKETING COMMUNICATION
HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA
SELAMA MASA COVID-19



OLEH:

AVINANDA MARIA HUSUN

1423018055

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021

LAPORAN KERJA PRAKTIK
PERAN MARKETING COMMUNICATION
HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA
SELAMA MASA COVID-19



OLEH:

AVINANDA MARIA HUSUN

1423018055

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021

Surat Pernyataan Originalitas

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama: Avinanda Maria Husun

NRP: 1423018055

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul Kontradiksi Penggambaran Karakter Gay : Analisis Karakter Gay Dalam Film Indonesia Pada Periode Pra Tahun 1998 Dan Pasca Tahun 1998 adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 23 November 2021
Penulis



Avinanda Maria Husun
NRP. 1423018055

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN MARKETING COMMUNICATION
HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA
SELAMA MASA COVID-19**

OLEH: AVINANDA MARIA H.

1423018055

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING

Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom



NIDN. 0719078401

TANGGAL: 9 November 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTEK YANG DITULIS OLEH:

AVINANDA MARIA HUSUN NRP: 1423018055

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 10 DESEMBER 2021 DAN DINYATAKAN
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si

NIDN. 0630077303

MENGETAHUI:

DEKAN,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

KATA PERSEMBAHAN

Segala Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas kebaikan dan berkat-Nya, penulis dapat menjalankan dan menyelesaikan kerja praktek selama 60 hari di PT HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng, Surabaya. Suatu pengalaman dan perjalanan yang luar biasa untuk mencapai titik ini, namun oleh karena berkat kebaikan Tuhan Yang Maha Esa dan support dari keluarga serta sahabat-sahabat penulis, sejak pelaksanaan hingga laporan kerja praktek dapat terselesaikan. Dukungan dan bimbingan tidak terlepas dari peran Orang tua, Bapak dosen pembimbing, teman-teman, dan Bapak/Ibu mentor di Divisi *Marketing Communication* HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng. Pengalaman ini tidak akan dilupakan oleh penulis dan semoga pengalaman kerja praktek ini dapat menjadi menjadi tangga menuju masa depan cemerlang bagi penulis khususnya dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Proses penyusunan Skripsi ini bukanlah hal yang mudah, tentunya banyak hambatan dan tantangan yang dihadapi, tetapi kesulitan yang dihadapi tidak membuat penulis berhenti untuk berjuang. Dengan jerih payah dan dukungan dari berbagai pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, izinkan penulis untuk memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati dan memberikan mukjizat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu.
2. Bapak Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing saya dengan baik sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
3. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga selesai.
4. Benedict yang selalu menjadi *support system* dan siap sedia menjadi pendengar setia keluh kesah dan penghibur dari penulis.
5. Erliana, Gonsales, Stanley Tan, Ungan Rimpi, Yohanes Alan yang sudah menemani dan menghiasi hari-hari di tanah rantau, tanpa kalian apalah seorang Avinanda.
6. Vania, Asa dan Gaby, selaku sobat sukses kuliah offline maupun Online, *squad* inti di setiap project kampus yang diberikan sejak *maba* hingga

semester tua ini. Spesial note untuk Vania Ozora, Finally we did it! 6 bulan yang panjang ini tidak akan mudah dilalui penulis tanpa teman seperjuangan di tempat magang sepertimu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak sempurna, maka dari itu penulis memohon maaf bila ada kesalahan dalam penulisan laporan ini. Penulis juga berharap penulisan laporan ini dapat menjadi inspirasi dan dapat menambah wawasan bagi pembaca. Penulis sangat terbuka akan adanya kritik dan saran yang membangun terkait topik pembahasan laporan ini. Akhir kata, penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 11 November 2021

Avinanda Maria H

DAFTAR ISI

Contents

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktek	4
I.3 Tujuan Kerja Praktek.....	4
I.4 Manfaat Kerja Praktek.....	4
I.4.1 Teoritis	4
I.4.2 Praktis.....	5
I.5 Tinjauan Pustaka	5
I.5.1 Marketing Communication.....	7
I.5.2 Peran dan Fungsi <i>Marketing Communication</i>	10
I.5.3 Krisis	12
BAB II.....	15
II.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	15
II.1.1 Profile HARRIS-POP! Hotel & Conventions Gubeng	15
II.1.2 Visi Misi HARRIS-POP! Hotel & Conventions Gubeng	16
II.1.3 Struktur Organisasi HARRIS-POP! Hotel & Conventions Gubeng	17
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktek	18
II.3 Hasil atau Temuan	25
II.3.1 Perkenalan dan Penentuan Kerja.....	26
II.3.2 Merekap Data Markom Report	27
II.3.3 Meliput Event.....	29
II.3.4 Pembuatan Konten untuk promosi dan publikasi	31
II.3.5 <i>Branding</i> Logo Produk	33
BAB III	34
III.1 Bertanggung Jawab Sebagai Humas yang Menjembtandai Perusahaan dengan Media, Konsumen dan <i>Stakeholder</i>	35

III.2 Bertanggung Jawab terhadap <i>Branding</i> dan Promosi.....	38
III.3 Bertanggung Jawab terhadap Compalin Handling	40
BAB IV	42
IV.1 Kesimpulan.....	42
IV.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN 1: PENILAIAN KERJA PRAKTEK.....	45
LAMPIRAN 2 : DOKUMENTASI	46

DAFTAR TABEL

Tabel II.2.1 Tabel Jam Operasional Kerja Praktik.....	27
Tabel II.2.2 Tabel Uraian Kegiatan Kerja Praktik	28
Tabel II.2.3.1 Contoh Instagram Insight Juli 2021	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1.1 Logo Perusahaan.....	24
Gambar II.1.3.1 Struktur Organisasi	26
Gambar II.3.2.1 Contoh Rekap Markom Report.....	36
Gambar II.3.3.2 Dokumentasi Venue untuk Wedding Event	39
Gambar II.3.3.2 Pengambilan video Fasilitas <i>service</i> kamar.....	39
Gambar II.3.3.3 Liputan Event Media Gathering	39
Gambar II.3.4.1 Beberapa Contoh Konten Promo	41
Gambar II.3.4.2 Contoh Konten Promo Octobeer fest.....	41
Gambar II.3.5.1 Logo Nambalaper	42
Gambar II.3.5.2 Stiker Untuk Kemasan Nambalaper	42
Gambar III.3.1.1 Kegiatan Media Gathering dengan Media	45
Gambar III.3.2.1 Contoh Greeting Card	46
Gambar III.3.2.2 Contoh Promosi yang dikeluarkan HARRIS Hotel.....	49

ABSTRAK

Ditengah masa pandemi Covid-19 ini hampir semua sektor terdampak termasuk juga HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya. Apalagi saat masa PPKM maupun PSSB (pembatasan wilayah berskala mikro/pembatasan wilayah berskala besar) sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata, adanya pandemi ini tentunya menjadi suatu krisis tersendiri yang dihadapi mengingat saat pandemi terjadi semua kegiatan masyarakat dibatasi. Hal ini membuat HARRIS Hotel tidak bisa mendapatkan revenue dan harus memutar otak untuk tetap mempertahankan perusahaan. Di saat seperti ini lah peran dari seorang *marketing communication* memiliki bagian penting tak hanya dalam menghadapi krisis yang terjadi tapi juga harus bisa menghasilkan revenue untuk perusahaan. Peran Marketing Communications terfokus pada upaya membangkitkan minat pihak ketiga agar mau menceritakan tentang kebaikan merek. Hal ini untuk membangun loyalitas dan keinginan membeli dan konsumen. Peran *marketing communication* pada HARRIS Hotel meliputi menangani konsumen, membuat event, menjaga relasi dengan media, konsumen dan stakeholder, menangani *complain handling*, membuat branding dan konsep *launching* produk, dan juga membuat strategi promosi.

Kata Kunci: *Marketing communication*, Krisis, Covid-19, Peran *Marketingcommunication*