

LAPORAN KERJA PRAKTIK

STRATEGI DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA DALAM MENANGANI KOMPLAIN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK



OLEH:

NATHANIELLA EUGENIE CATHLEEN SUSANTO

NRP. 1423019106

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

2022

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**STRATEGI DIVISI *MARKETING COMMUNICATION*
HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG
SURABAYA DALAM MENANGANI KOMPLAIN DI
MEDIA SOSIAL FACEBOOK**



OLEH:

NATHANIELLA EUGENIE CATHLEEN SUSANTO

NRP. 1423019106

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

2022

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto
NRP : 1423019106
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan kerja praktik saya yang berjudul:
'STRATEGI DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA DALAM MENANGANI KOMPLAIN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK'

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas, maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dengan penuh kesadaran.

Surabaya, 2 Desember 2022

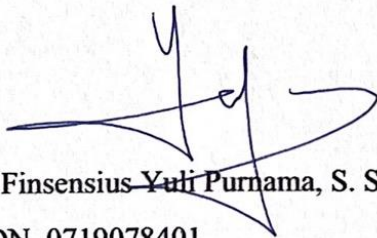
nenyatakan,

Nathaniella Eugenie Cathleen S

NRP. 1423019106

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Tunggal,



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

NIDN. 0719078401

HALAMAN PERSETUJUAN
**STRATEGI DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* HARRIS-
POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA
DALAM MENANGANI KOMPLAIN DI MEDIA SOSIAL
FACEBOOK**

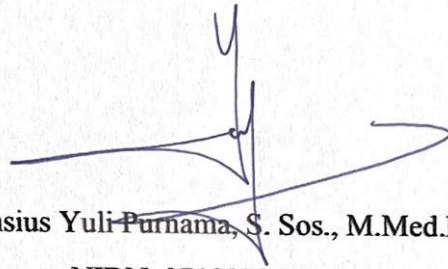
OLEH:

NATHANIELLA EUGENIE CATHLEEN SUSANTO

NRP. 1423019106

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



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

NIDN. 0719078401

Tanggal: 2 Desember 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



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

NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:
NATHANIELLA EUGENIE CATHLEEN SUSANTO NRP. 1423019106

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 29 November 2022
DAN DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

MENGETAHUI;

DEKAN,



Brigitta Rezia Sandy Fista, S.I.Kom, M.Med.Kom.
NIDN: 0715108903

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto
NRP : 1423019106
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus : 2022

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya, dengan judul

‘STRATEGI DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA DALAM MENANGANI KOMPLAIN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK’

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Desember 2022

Yang menyatakan,



Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto

NRP. 1423019106

KATA PERSEMBAHAN

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kasih dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktik selama 3 (tiga) bulan di HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya. Meskipun banyak kendala yang harus dilewati mulai dari kerja praktik hingga pengerjaan laporan, namun berkat penyertaan Tuhan dan dukungan orang-orang terdekat, laporan kerja praktik ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Dalam prosesnya, dukungan yang penulis dapatkan mulai dari nasehat, saran, serta bantuan yang berasal dari orang tua, teman-teman, dosen pembimbing, hingga rekan sekerja dalam HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya. Penulis menyadari bahwa laporan kerja praktik ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap laporan ini tetap dapat memberi manfaat bagi pembaca. Sebagai bentuk langkah perjalanan penulis menuju gelar S1 dan penyelesaian studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, laporan kerja praktik ini penulis persembahkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kasih karunia dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan kerja praktik yang berjudul ‘STRATEGI DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* HARRIS-POP! HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA DALAM MENANGANI KOMPLAIN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK’.

Penyusunan laporan kerja praktik ini dilakukan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab atas kerja praktik yang penulis lalui selama 3 (tiga) bulan di HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya. Selain itu, penyusunan laporan kerja praktik ini juga penulis lakukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar S1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan kerja praktik ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu mencukupkan dan menyediakan apa yang penulis butuhkan sehingga dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktik dan laporan ini dengan kondisi yang sehat dan bahagia.
2. Kedua orang tua Lina Edianto dan Herry Susanto yang selalu membantu dan menemani penulis dalam kesusahan, mencarikan jalan keluar ketika

penulis melakukan kesalahan, menjadi *supporter* secara emosional dan juga materi.

3. Dosen pembimbing penulis Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom yang senantiasa menuntun, mengarahkan, dan membantu penulis dalam penulisan laporan kerja praktik penulis.
4. Tim *Marketing Communication* HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya pak Setiawan Nanang, pak Harris Julianto, dan pak Ferry Onggowijaya yang mengarahkan dan membantu penulis dalam kegiatan kerja praktik. Teman seperjuangan kerja praktik penulis, Leonardo Tegar yang membantu apabila penulis mengalami kesusahan selama kegiatan kerja praktik.
5. Seluruh sahabat dekat penulis, Nathania Putri, Jennifer Ongkohardjo, Gabrielle Stephanie, Michelle Aprilia, Vania Corinna, Siti Fatimah, Precia Gabrielle, Anastasia Kirana dan Vincentius Gemintang, yang selalu ada ketika penulis membutuhkan bimbingan dan selalu ada di waktu kebahagiaan dan kesedihan.

Surabaya,

Nathaniella Eugenie C. S

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Bidang Kerja Praktik.....	4
I.3. Tujuan Kerja Praktik.....	4
I.4. Manfaat Kerja Praktik	5
I.4.1 Teoritis	5
I.4.2 Praktis	5
I.5. Tinjauan Pustaka.....	5
I.5.1 Teori <i>Corporate Apologia</i>	5
I.5.2 Divisi <i>Marketing Communication</i>	8
I.5.3 <i>Management Crisis</i>	8
I.5.4 Facebook sebagai Media Komunikasi.....	14
BAB II. Hasil dan Pembahasan Kerja Praktik.....	16
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik.....	16
II.1.1 <i>Profile</i> Perusahaan.....	16
II.1.2 Visi dan Misi.....	18
II.1.3 Struktur Organisasi.....	20
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik.....	24
II.3 Hasil dan Temuan	41
II.3.1 Perkenalan dan Penentuan Kerja.....	42
II.3.2 <i>Hotel Internal Documentation</i>	43
II.3.2.1 <i>Hotel Event</i>	43
II.3.2.2 <i>Hotel Collaboration</i>	46
II.3.3 Merekap Data <i>Marcomm Report</i>	48
II.3.4 Pembuatan Konten Promosi dan Publikasi.....	49
II.3.4.1 Desain Konten Promosi dan Publikasi.....	49
II.3.4.2 <i>Talent</i> Konten Promosi dan Publikasi	52
BAB III. PEMBAHASAN	54
III.1 Kronologi Krisis.....	54
III.1.1 <i>Review</i> dan <i>Rating</i> Buruk.....	54

III.1.2 Penanganan Divisi <i>Marketing Communication</i>	59
III.2.1 <i>Cross Check</i> dengan <i>Staff</i> yang Dituduh.....	59
III.2.2 Membuat Klarifikasi di Facebook.....	59
III.2.3 Mengundang Pihak Terkait.....	63
III.2 Identifikasi Krisis Dengan <i>Corporate Apologia</i>	63
BAB IV. PENUTUP	67
IV.1 Kesimpulan.....	67
IV.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

TABEL I.1 Tabel Uraian Kerja Praktik (Juli 2022).....	24
TABEL I.2 Tabel Uraian Kerja Praktik (Agustus 2022).....	30
TABEL I.3 Tabel Uraian Kerja Praktik (September 2022).....	35
TABEL I.4 Teori <i>Corporate Apologia</i>	63

DAFTAR BAGAN

BAGAN I.1 <i>Hotel Organization Chart</i>	20
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>Most Used Social Media Platform</i> (Jan 2021).....	15
Gambar I.2 Logo Harris.....	16
Gambar I.3 Hotel HARRIS-POP! Gubeng Surabaya.....	18
Gambar I.4 Dokumentasi <i>Event Wedding (Majestic Ballroom)</i>	15
Gambar I.5 Dokumentasi <i>Event Wedding (Swimming Pool)</i>	46
Gambar I.6 Dokumentasi <i>Event Engagement (Seventeen Lounge)</i>	46
Gambar I.7 <i>Press Conference Pop Up La Regina</i>	47
Gambar I.8 <i>Feeds Menu La Regina</i>	47
Gambar I.9 Sertifikat <i>Cooking Class</i>	48
Gambar I.10 Contoh Rekap <i>Marcomm Report</i> (Juli 2022).....	49
Gambar I.11 TV Promo.....	50
Gambar I.12 <i>Story Ucapan 17 Agustus</i>	50
Gambar I.13 Poster Promosi <i>F&B</i>	51
Gambar I.14 Desain Ucapan <i>Birthday dan Anniversary</i>	52
Gambar I.15 <i>Talent Promosi F&B</i>	53
Gambar I.16 <i>Talent Promosi Hotel Room dan Facility</i>	53

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran pada jaman sekarang kerap berkembang, berbagai media-media baru mulai bermunculan. Konten-konten kreatif mulai dimanfaatkan dengan baik khususnya pada bidang perhotelan atau *hospitality*. Berbagai hotel di Indonesia mulai membentuk *branding* dan memasarkan produk atau jasa mereka melalui konten yang dapat diunggah di media sosial. Salah satunya yang menggunakan strategi tersebut yakni HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya. Hotel ini menggunakan media promosi dan publikasi melalui Instagram dan Facebook.

Namun, semakin berkembangnya strategi maka akan semakin banyak juga rintangan yang muncul, seperti munculnya isu yang berupa complain terhadap perusahaan. Pada Juli 2022, HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya menghadapi komplain akibat *review* dan *rating* buruk dari tamu yang diunggah di media sosial Facebook. Pada karya tulis ini, krisis tersebut akan dikaji menggunakan teori *corporate apologia* milik Ware dan Linkugel.

Kata Kunci: *Marketing Communication, Management Crisis*