

## **ABSTRAK**

Praktik Kerja Lapangan adalah salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan Pendidikan Diploma III Program Study Bahasa Jepang pada Fakultas Bahasa Universitas Widyatama. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Hotel Baltika, terhitung dari tanggal 21 januari sampai dengan 7 februari 2015. Hotel Baltika Bandung berlokasi di Jl. Gatot Subroto No. 38 Bandung.

Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara yang baik dalam memasarkan produk hotel melalui fasilitas-fasilitas yang dimiliki hotel dan strategi komunikasi untuk meningkatkan jumlah pengunjung, juga memberikan informasi kepada mahasiswa Universitas Widyatama yang tertarik dengan dunia perhotelan. Metode yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif, yang menggambarkan susunan yang sistematis secara aktual dan cermat. Penulis melakukan pengamatan langsung di lapangan dan mengumpulkan data dari perusahaan yang bersangkutan.

Selama melaksanakan praktik kerja, penulis ditempatkan di bagian departemen sales dan marketing oleh pihak hotel. Melakukan penawaran dan promosi langsung kepada perusahaan-perusahaan, melakukan following up. Serta melayani tamu di restoran, melayani tamu di ruang meeting dan melayani tamu saat ada acara pernikahan di hotel. Semua itu dilakukan untuk menunjang keberhasilan sebuah pemasaran hotel. Penulis berharap pengalaman yang diperoleh selama melaksanakan praktik kerja lapangan dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis sendiri.

Kata Kunci : Hotel, Komunikasi, Pemasaran, Fasilitas

## **ABSTRACT**

*The fieldwork practice is one of the academic requirements to finish the Diploma Degree of Japanese Language at Language Faculty Widyatama University. The fieldwork was held at The Baltika Hotel from 21 january until 7 february 2015. Baltika Hotel is located at Jl. Jl. Gatot Subroto No. 38 Bandung.*

*The purpose of the fieldwork practice is to know how to do the marketing of the hotel products through its facilities in the best way and communication strategy to increase the amount of visitors, also provide the information to Widyatama University students who are interetestd in the world of hospitality. The method used in this thesis in descriptive method, which describes the actual systematic arrangement accurately. The author conducted direct observations and collecting data from the relevant company.*

*During the fieldwork practices, the author assigned in the sales departement marketing by the hotel. Doing offers and directly promotions to companies, and doing following up. And serving the hotel guests in the restaurants, in the living room and the hotel guests at the wedding ceremony in the hotel. All the tasks were done in order support the success of a hotel marketing. The authors hope that the experience gained during the fieldwork practices will be useful for the reader.*

*Key Word : Hotel, Communication, Marketing, Facility*