BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam mengembangkan hubungan yang harmonis dengan para karyawan, seorang *Public Relations Officer* (PRO) bukan hanya duduk di kantornya, melainkan harus berkomunikasi langsung dengan para karyawan. Ia harus senantiasa mengadakan kontak pribadi *(personal contact).* Yang dimaksudkan karyawan disini adalah semua pegawai. PRO harus senantiasa berkomunikasi dengan mereka yakni mendatangi mereka dan bercakap-cakap. Hasil dari komunikasi tersebut, kita dapat mengetahui sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan dan perasaannya.

Komunikasi internal kini menjadi syarat utama *public relations*, yang termasuk ke dalam salah satu publik internal, karyawan adalah tulang punggung yang menjalankan suatu perusahaan ataupun organisasi. Manajemen boleh berkonsep, tetapi karyawan adalah pihak pelaksana. Ibaratnya bagian sebuah mobil, karyawan adalah mesin yang menjalankan mobil tersebut, sementara manajemen adalah kemudinya. Sebagai bagian dari organisasi tempatnya bekerja. Oleh karena itu pihak manajemen harus dapat merancang suatu bentuk komunikasi yang dapat menyampaikan berbagai informasi penting kepada karyawan, maupun menjadi wadah untuk menampung pemikiran dan aspirasi mereka.

> "*Employee public* atau publik karyawan adalah salah satu intenal publik yang dijadikan salah satu sasaran dari kegiatan *public relations* di dalam usaha untuk mencapai tujuan organisasi. Mereka merupakan potensi yang sangat berarti dalam organisasi, potensi mana yang dapat dikembangkan lebih baik dari sebelumnya. Karena itu mereka dianggap salah satu publik yang menentukan suksesnya organisasi, maka perlu diadakan hubungan baik dan terarah (Neni Yulianita, 1999 : 59)"

Peranan adalah "Tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu peristiwa." (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002:75). Sedangkan *interpersonal relations* (hubungan antar pribadi) merupakan hubungan yang terjadi antara seseorang dengan orang lain. Jadi mempererat *interpersonal relations* antar karyawan adalah cara perusahaan untuk mempererat hubungan antar karyawan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. *interpersonal relation*s antar karyawan tersebut dapat berhasil jika perusahaan mengetahui sikap individu masing-masing karyawannya. Didalam *interpersonal relations* yang terjalin antar karyawan terdapat proses dimana hubungan yang awal nya sekedar basa-basi atau tidak akrab, menjadi akrab dengan adanya proses.

Sebuah perusahaan akan berjalan dengan baik apabila karyawan menyukai pekerjaannya dan adanya kerja sama para karyawan. Untuk menjaga perusahaan tetap berjalan dengan baik, maka perusahaan pun harus memberikan semangat kepada karyawan dan membina hubungan baik antar karyawan dengan melakukan *employee gathering*. *Employee gathering* sendiri harus disusun dengan baik dan efektif agar berjalan dengan lancar sehingga memberikan keuntungan kepada

pihak perusahaan maupun karyawan. Perusahaan menginginkan yang terbaik bagi karyawan, dengan begitu karyawan pun akan melakukan hal yang terbaik kepada perusahaan. Tetapi seringkali terjadi masalah antara perusahaan dengan karyawan dengan berbagai cara, baik dari perbedaan persepsi dan persaingan antara karyawan serta masalah gaji dan jabatan. Disinilah pentingnya *public relations* dalam perusahaan. Ketika seorang *Public Relations Officer* melihat adanya ketidakberesan dalam perusahaan, maka peranan PR tersebut harus dijalankan dan memikirkan cara untuk menyelesaikan konflik internal itu.

Public relations memiliki banyak sekali peranan penting dalam setiap perusahaan. Dimana *public relations* ini harus memiliki *skill* yang baik. Penampilan yang menarik, menguasai bahasa asing, memiliki komunikasi yang baik dan juga mempunyai banyak pengetahuan merupakan beberapa macam hal yang harus dimiliki oleh seorang *Public Relations Officer*.

Besar sekali peranan *public relations* dalam sebuah perusahaan. Dimana *public relations* adalah seseorang yang bertugas dalam meningkatkan citra perusahaan, ditangan merekalah dapat terlihat positif atau negatifnya sebuah perusahaan. Begitu juga dengan produktivitas kerja perusahaan, dimana *public relations* harus mampu melihat bagaimana semangat kerja karyawan dalam bekerja. Melihat dari pernyataan diatas dapat kita lihat bahwa kerja seorang *public relations* sangatlah besar dalam mempertahankan sebuah perusahaan. Pentingnya *public relations* memang tidak perlu diragukan lagi.

Dengan menggunakan *public relations*, suatu perusahaan bisa memetik keuntungan dalam peningkatan kesadaran akan perusahaan mereka dan produk

mereka; perekrutan dan pemeliharaan staf yang lebih baik; pangsa pasar yang lebih besar; kesetiaan pelanggan dan kepuasan pemegang saham.

Dengan kata lain, *public relations* dapat membantu perusahaan beroperasi lebih sukses di semua bidang bisnis. Maka dari itu, PR sangat menunjang kinerja suatu perusahaan. *Public relations* bekerja di beberapa bagian seperti pembuatan iklan, berkomunikasi dengan klien, merencanakan sesuatu yang berhubungan dengan kinerja perusahaan. PR terdapat di berbagai macam perusahaan atau instansi-instansi baik negeri maupun swasta.

Adapun *Discovery Tour and Travel* secara organisasi tidak memiliki *public relations*, namun memiliki divisi yang bernama Divisi *Tour and Hotel* yang memiliki pekerjaan serta fungsi yang sama dengan *public relations.* Seperti bertemu klien, membantu mengadakan *employee gathering*. Dari latar belakang diatas maka peneliti berharap penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah tentang **"Bagaimana Peranan *Divisi Tour And Hotel Discovery Tour And Travel* Jakarta Dalam Mempererat *Interpersonal Relations* Karyawan Melalui Kegiatan *Employee Gathering*?"**

1.2 Identifikasi Masalah

Melihat dari latar belakang masalah diatas, dalam usaha untuk mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*. *Discovery Tour and Travel* telah melaksanakan beberapa cara dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui peranan yang dilakukan oleh Divisi *Tour and Hotel*.

1. Bagaimana kegiatan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?
2. Bagaimana media yang digunakan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?
3. Bagaimana pesan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?
4. Bagaimana hambatan-hambatan yang dihadapi Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?
5. Bagaimana peranan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud penelitian

Penelitian dimaksudkan untuk melihat peranan dari Divisi *Tour And Hotel Discovery Tour And Travel* Jakarta dalam mengaplikasikan tindakan yang dilakukan untuk mempererat *interpersonal relation*s karyawan melalui kegiatan *employee gathering*.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan-tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kegiatan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*.
2. Untuk mengetahui media yang digunakan Divisi T*our and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*.
3. Untuk mengetahui pesan Divisi Tour *and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*.
4. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*.
5. Untuk mengetahui peranan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Sebagai pengembangan studi ilmu *public relations* yaitu tentang "Peranan *public relations* dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan".

1.4.2 Kegunaan Praktis

Sedangkan kegunaan penelitian ini secara praktis adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih menguasai materi peranan *Public Relations* lebih mendalam, khususnya tentang Peranan *Public Relations* dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering* dan diharapkan dapat menambah pengalaman bagi peneliti tentang kerja seorang *Public Relations* dalam suatu perusahaan.

2. Kegunaan bagi Universitas

   Bagi universitas, khususnya program studi *Public Relations*, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan tentang Peranan *Public Relations* dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering.*

3. Kegunaan bagi *Discovery Tour and Travel* Jakarta

   Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan kepada *Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering.*

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Menurut kamus Bahasa Indonesia, peranan adalah "tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu perusahaan" (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002:75)

Jefkins menyatakan dalam bukunya: *Public Relations,*

> "*Public relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian." (Jefkins, 1992,9)

"Public relations adalah sekelompok orang yang mempunyai kaitan kepentingan dengan suatu organisasi" (Effendy, 1997:131). Setiap orang didalam suatu organisasi pasti harus memiliki hubungan yang baik antar sesama agar tidak terjadinya masalah. Dengan adanya hubungan yang baik ini dapat dilihat melului *interpersonal relations* hubungan antar pribadi.

Menurut Anita Taylor et.al (1977:187) komunikasi *interpersonal* yang efektif meliputi banyak unsur, tetapi hubungan *interpersonal* barangkali yang paling penting. Banyak penyebab dari rintangan komunikasi berakibat kecil saja bila ada hubungan baik diantara komunikan. Sebaliknya, pesan yang paling jelas, paling tegas dan paling cermat tidak dapat menghindari kegagalan, jika terjadi hubungan yang buruk.

Dalam meningkatkan *interpersonal relations* antar sesama karyawan maka dibuatlah acara seperti *employee gathering*. Acara ini bertujuan untuk membangun semangat kerja karyawan.

Menurut Dr. Kustadi Suhandang (1973:36), pertemuan lain yang bersifat rileks perlu diadakan. Untuk memupuk rasa akrab dan setia kawan, serta *human relation* di antara pegawai dan keluarganya perlu diadakan pertemuan pertemuan dalam bentuk hiburan atau darmawisata.

"*Employee gathering* adalah para pekerja/karyawan yang melakukan pertemuan atau berkumpul bersama untuk mengadakan pesta, acara atau fungsi sosial lainnya."[1]

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori *Social Penetration*. Altman dan Taylor (1973) yang mengemukakan suatu model perkembangan hubungan yang disebut *social penetration* atau penetrasi sosial, yaitu suatu proses dimana orang saling mengenal satu dengan lainnya.

Penetrasi merupakan proses bertahap, dimulai dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab dan terus berlangsung hingga menyangkut topik pembicaraan yang lebih pribadi/akrab, seiring dengan berkembangnya hubungan. Di sini orang akan membiarkan orang lain untuk lebih mengenal dirinya secara bertahap. Dalam proses ini biasanya orang akan menggunakan persepsinya untuk menilai keseimbangan antara upaya dan ganjaran *(costs and rewards)* yang diterimanya atas pertukaran yang terus berlangsung untuk memperkirakan proses hubungan

[1] *http://en.wiktionary.org/wiki/employeegathering (Rabu, 19 Mei 2010, 14:23 WIB)*

mereka. Jika perkiraan tersebut menjanjikan kesenangan/keuntungan, maka mereka secara bertahap akan bergerak menuju tingkat hubungan yang lebih akrab.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam uraian tentang peranan, *interpersonal relations* dan *employee gathering* diatas, penulis mengaplikasikan kedalam penelitian ini, maka *Discovery Tour and Travel* mengadakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk mempererat hubungan antar pribadi antara karyawan. Dengan terciptanya hubungan interpersonal yang baik antar karyawan maka terjadi juga hubungan baik di dunia kerja.

1. *Employee gathering* merupakan kegiatan yang direncanakan oleh Divisi *Tour And Hotel Discovery Tour and Travel*. Kegiatan yang dilakukan bermacam-macam tergantung Divisi *Tour And Hotel Discovery Tour and Travel* memakai cara bagaimana.
2. *Interpersonal relations* karyawan bertujuan untuk membina hubungan baik antara karyawan dan mengenal lebih dalam.
3. *Discovery Tour and Travel* melakukan kegiatan ini untuk membantu karyawan mengenal lebih dalam dan mempererat hubungan tersebut.

Hasil yang diinginkan dari terjadinya penetrasi sosial antara karyawan adalah:

tidak akrab ——————(proses)——————→ akrab

Dalam hal ini tidak akrabnya adalah suatu hal yang terjadi dalam pekerjaan dimana dari awal mereka yang cuma menyapa dan sekedar basa-basi mengalami proses yang dilakukan dalam *employee gathering* (kegiatan-kegiatan) yang

mempererat hubungan *interpersonal*nya. Sehingga dari yang tidak akrab menjadi akrab.

1.6 Pertanyaan penelitian

Penelitian ini menggunakan pertanyaan-petanyaan penelitian yang bertujuan dapat memberikan sebuah arahan pada penelitian. Peneliti mengembangkan pertanyaan-pertanyaan secara tebuka kepada subjek penelitian. Wawancara yang dilakukan pun merupakan sebuah bentuk *deep interview* yang bersifat tidak terstruktur. Mengacu kepada hal tersebut, maka daftar pertanyaan yang dibuat bukan pedoman baku melainkan sebuah alur/arah. Jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian yang memungkinkan untuk terus berkembang. Pertanyaan penelitian sebagai alur/arah dalam penelitian berkenaan dengan :

a. Bagaimana pesan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?
    1) Apa bentuk pesan yang disampaikan?
    2) Seperti apa pesan informatif dan persuasif?
    3) Siapa yang membuat pesan tersebut?
b. Bagaimana media yang digunakan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?
    4) Apa saja media yang digunakan?
    5) Siapa yang merancang media tersebut?

6) Mengapa media ini perlu dibuat?

7) Dimana media itu diletakkan?

c. Bagaimana kegiatan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?

8) Apa saja kegiatan yang dilakukan?

9) Apa manfaat dari dilakukannya kegiatan *employee gathering*?

10) Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan tersebut?

11) Seberapa sering kegiatan ini dilakukan?

12) Dimana kegiatan ini dilakukan?

d. Bagaimana hambatan-hambatan yang dihadapi Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?

13) Apa saja hambatan yang terjadi?

14) Bagaimana mengatasi hambatan tersebut?

e. Bagaimana peranan Divisi *Tour and Hotel Discovery Tour and Travel* Jakarta dalam mempererat *interpersonal relations* karyawan melalui kegiatan *employee gathering*?

1.7 Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek dan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya.

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Komunikasi* mendefinisikan deskriptif analisis sebagai berikut:

> "…… Suatu metode yang membahas masalah dengan memaparkan, menafsirkan dan menulikan suatu keadaan atau peristiwa yang kemudian dianalisis serta mengambil kesimpulan dari masalah yang di bahas. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi." (Rakhmat, 1997 : 14).

1.8 Teknik Pengumpulan Data dan Analisa Data

1.8.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

   Wawancara merupakan teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden.

   > Definisi wawancara adalah "suatu proses komunikasi diadik rasional dengan tujuan yang serius dan ditetapkan terlebih dulu yang dirancang untuk mempertukarkan perilaku dan dan melibatkan tanya jawab "atau singkatnya" suatu percakapan berdasarkan suatu maksud". Namun definisi tersebut agak terbatas, karena wawancara membatasi wawancara dengan tujuan yang serius. Wawancara juga telah menjadi bentuk hiburan yang populer seperti disiarkan televisi dan radio. (Stewart, 2000:40).

   Wawancara dilakukan pada *Manager Tour and Hotel* dan *Tour Consultant and Hotel*,

2. Observasi

   Observasi yaitu pemilihan, pencatatan, pengumpulan dan pengolahan data yang ditinjau secara langsung atau pengamatan yang diperoleh secara teratur.

3. Studi Pustaka

   Peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka yaitu dimana peneliti mencari data dengan cara menelusuri literatur-literatur (buku, majalah, jurnal-jurnal ilmiah, dan lain-lain).

4. Penelurusan Data *Online*

   Selain wawancara, observasi, dan studi pustaka, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data penelusuran data *online* untuk melengkapi data-data yang didapat peneliti dan untuk mempercepat kerja peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

1.8.2 Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi kualitatif dengan metode deskriptif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat, baik yang diperoleh dari wawancara ataupun observasi. Karena penelitian ini merupakan kualitatif, sehingga dalam tahap penganalisisan data, peneliti dituntut untuk mampu memberikan makna pada data. Seperti yang dikutip dari Kriyantono, yaitu

> "Tahap analisis data memegang peran penting dalam riset kualitatif. Kemampuan periset memberi makna kepada data

> merupakan kunci apakah data yang diperolehnya memenuhi unsur realibilitas dan validitas atau tidak. Realibilitas dan validitas data kualitatif terletak pada diri periset sebagai instrumen riset." (Kriyantono, 2007:192)

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif sehingga pembahasannya dilakukan secara deskriptif yang meliputi tahapan :

1. Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti pada saat melakukan wawancara maupun dokumen-dokumen yang berkaitan.
2. Klasifikasi data, yakni proses pengklasifikasian ke dalam teori tertentu. Klasifikasi data ini digunakan agar peneliti benar-benar memilih data-data yang dianggap valid.
3. Analisis data, yakni pemaknaan terhadap data. Dalam melakukan pemaknaan atau interpretasi tersebut, periset menggunakan teori untuk menjelaskan dan beragumentasi.

1.9 Subjek Penelitian dan Informan

1.9.1 Subjek Penelitian

Dimana subjek penelitian ataupun tempat memperoleh keterangan penelitian ialah *Discovery Tour and Travel* Jakarta dengan sumber keterangan/informasi yang diperoleh dari Divisi *Tour And Hotel*. Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa jenis penelitian ini adalah kualitatif, sehingga kuantitas subjek penelitian bukanlah hal yang utama. Penilaian informan lebih didasarkan pada kualitas informasi yang terkait dengan tema penelitian (Idrus, 2001:38).[2]

---

[2] *http://www.findtoyou.com/ebook/download-20090626014843bab20iii20+20iv2006422040-66667.html(minggu,09 mei 2010, 13:57*

1.8.2 Informa**n**

Informan adalah sumber data yang diperlukan oleh peneliti dalam sebuah penelitian. Informan dipilih guna mendapatkan informasi yang sesuai dengan permasalahan penelitian, dimana terlebih dahulu peneliti menetapkan siapa saja informannya dan mendelegasikan tugas di bidang yang sesuai dengan tema penelitiannya. Informan-informan tersebut akan diminta bertukar pikiran dengan peneliti, berbicara, atau membadingkan suatu kejadian yang ditemukan oleh subjek lain. (Moleong, 2001)[3]

Informan yang dipilih untuk mendapatan informasi guna mendukung data yang diperoleh serta sesuai dengan permasalahan penelitian informan-informan tersebut diminta untuk bertukar pikiran dengan penulis, berbicara atau membandingkan suatu kasus yang ditemukan oleh subjek lain. Sehingga informan yang dipilih haruslah sesuai dengan kriteria yang berlaku guna menghindari data yang kurang akurat. Kriteria-kriteria yang dimaksud dalam menentukan informan menurut Spadley (yang dikutip dalam : Faisal,1990) antara lain :

1. Subjek yang sudah lama tinggal secara intensif dan menyatu dengan kegiatan yang menjadi objek penelitian
2. Subjek yang masih terlibat secara aktif pada lingkungan yang menjadi sasaran penelitian

[3] *Petra Christian University Library - jiunkpe-s1-ikom-2008-jiunkpe-ns-s1-2008-51401111-9015-gay-chapter3.pdf (Minggu, 09 Mei 2010, 13:28 WIB)*

3. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah dulu
4. Subjek yang masih tergolong asing dengan penulis.

Menurut prosedur diatas dalam mencari informan, maka peneliti mendapatkan tiga orang yang bersedia menjadi informan dalam melakukan penelitian ini. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang adalah *Manager Tour and Hotel* dan *Tour Consultant and Hotel*

Untuk memperoleh data penelitian yang mencerminkan keadaan subjek penelitian dan bisa menggambarkan (menjawab) apa yang menjadi tujuan dan permasalahan penelitian. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan informan. *Purposive sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan peneliti, jika peneliti memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu (Riduwan, 2008:63). Informan yang diambil dari peneliti berjumlah tiga orang, diambil dari subjek penelitian diatas. Berikut datanya :

Tabel 1.1 Data dari informan

No	Nama	Jabatan
1	Theodora Linda	*Manager Tour and Hotel*
2	Maria W	*Tour Consultant and Hotel*
3	Christy N	*Tour Consultant and Hotel*

1.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.9.1 Lokasi

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data sebagai syarat penulis tugas akhir ini, penulis memilih *DISCOVERY TOURS & TRAVELS* Kompleks Puri Mutiara blok A No. 8 – 9 Jl. Griya Utama, Sunter – Jakarta Utara 14350.

1.9.2 Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari sampai Juli 2010

No	**Kegiatan**	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Pendahuluan																								
3	Pengajuan Bab1-3																								
4	Pengumpulan data																								
5	Penulisan laporan																								
6	Bimbingan																								
7	Analisis Data																								
8	Pengajuan Bab IV, Bab V																								
9	Pendaftaran Sidang																								
10	Sidang TA																								

1.10 Sistematika

Sistematika penulisan yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

BAB I

Latar belakang penelitian, Identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, pertanyaan penelitian, metode penelitian, teknik pegumpulan data dan analisis data, subjek penelitian dan informan, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSAKA

Berisikan mengenai pengertian, fungsi, tujuan, lingkup *public relations*. Serta tinjauan peranan, *interpersonal relations* dan *employee gathering*.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan sejarah lembaga yaitu *Discovery Tour And Travel* Jakarta,

BAB IV HASIL PEENLITIAN DAN PEMBAHASAN

Data informan, deskriptif hasil penelitian, dan pembahasan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran-saran untuk *Discovery Tour And Travel* Jakarta dan untuk penelitian selanjutnya.