BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Penulis melaksanakan Kerja Praktek di bagian Public Relations (PR) Amaroossa Hotel, dalam hal ini Amaroossa Hotel merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan jasa pelayanan akomodasi.

2.1 Aktivitas Kegiatan Selama PKL

Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di bagian Public Relations Amaroossa Hotel, aktivitas kegiatan penulis selama PKL terdiri dari dua kegiatan, yaitu tugas-tugas yang dikerjakan secara rutin dan insidentil, yang selalu dibawah bimbingan dan arahan Public Relations Manager (PRM), diantaranya adalah sebagai berikut :

Kegiatan rutin yang dilakukan adalah :

A. Absen pagi (datang) – *Check Clock In*

B. Meng-*update content* (isi) akun jejaring sosial Amaroossa Hotel, seperti Facebook, Twitter dan Yahoo! Messenger

C. Meng-*update* "Daily Online Promotion Month Period"

D. Menjawab telepon yang masuk, baik dari dalam maupun dari luar perusahaan dan mencatatnya kedalam catatan telepon masuk

E. Membaca surat kabar harian, baik surat kabar lokal maupun nasional, seperti : **Nasional:** *The Jakarta Post*, Bisnis Indonesia, Republika, Media Indonesia, Seputar Indonesia dan Koran Tempo. **Lokal:** Pikiran Rakyat, Galamedia dan Tribun Jabar

F. Menganalisa dan me-*review* berita dan artikel mengenai pariwisata, budaya dan terutama info mengenai hotel (kompetitor) khususnya dikawasan Bandung dari surat kabar yang dibaca. Kemudian mengarsipkan berita dan artikel tersebut kedalam file khusus yang diberi keterangan sumber berita, tanggal terbit dan halaman beritanya

G. Membuat dan meng-*input* data pemasukan dan pengeluaran *souvenir* (*doll)*

H. Absen sore (pulang) – *Check Clock Out*

Kegiatan insidentil yang dilakukan adalah :

A. Membuat *press release* mengenai event yang dilaksanakan hotel, promosi yang sedang berlangsung,dan informasi-informasi hotel yang perlu disampaikan dan perlu dibuat *release*-nya

B. Membuat surat undangan, baik undangan tertulis maupun undangan elektronik ke publik internal dan public eksternal (media)

C. Membuat *media list*, media lokal maupun nasional

D. *Flyering* – kegiatan menyebarkan *flyer* hotel yang rutin dilaksanakan setiap minggunya oleh *Sales & Marketing Department*

E. Mencari informasi-informasi yang mendukung kinerja PRM dari situs-situs internet

F. Membantu pekerjaan staf *Sales & Marketing Department* lain bila dibutuhkan, seperti: mengantarkan surat-surat, memfotokopi, print, mengirimkan faksimili dll.

2.1.1 Jadwal Kegiatan Selama PKL

Tabel 2.1
Jadwal Kegiatan PKL

No.	Hari, Tanggal	Kegiatan	Waktu (WIB)	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidentil
1.	Jumat, 15 Juli 2011	• Mengisi form kerja praktek • Familisasi & tour hotel • *Review* & analisa surat kabar • Membuat *press release* CSR-Amaroossa Peduli Pendidikan (APP)	08.00 – 17.00	✓	✓ ✓ ✓
2.	Sabtu, 16 Juli 2011	Libur			
3.	Minggu, 17 Juli 2011	Libur			
4.	Senin, 18 Juli 2011	• Review & analisa surat kabar • Membuat undangan CSR-APP elektronik untuk karyawan Amaroossa & tamu	08.00 – 17.00	✓	✓

		• *Display setting* APP di lobby utama • *Notebook collecting* untuk CSR-APP			✓ ✓
5.	Selasa, 19 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • Membuat undangan media untuk CSR-APP • *Notebook collecting* untuk CSR-APP	08.00 – 17.00	✓	✓ ✓
6.	Rabu, 20 Juli 2011	Izin mengikuti partisipan sidang skripsi di kampus Unikom			
7.	Kamis, 21 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • Membantu menyebarkan *Banquet Event Order*(BEO) ke semua departemen. • Membantu *accounting offife* dalam *labeling* proposal *Fun Bike*.	08.00 – 17.00	✓	✓ ✓
8.	Jumat, 22 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar	08.00 – 17.00	✓	
9.	Sabtu, 23 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • Membuat *menu draft* Amaroossa Hotel • *Sending Email*	08.00 – 13.00	✓	✓ ✓
10.	Minggu, 24 Juli 2011	Libur			

11.	Senin, 25 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion July Period updating* • *Email blast* – Promo Ramadhan • *SMS blast* – Promo Ramadhan • Membuat tabel dan meng-*input* data pemasukan dan pengeluaran *souvenir* (*doll*)	08.00 – 17.00	✓ ✓ ✓	 ✓ ✓
6.	Rabu, 20 Juli 2011	Izin mengikuti partisipan sidang skripsi di kampus Unikom			
7.	Kamis, 21 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • Membantu menyebarkan *Banquet Event Order* (BEO) ke semua departemen. • Membantu *accounting office* dalam *labeling* proposal *Fun Bike*.	08.00 – 17.00	✓	 ✓ ✓
8.	Jumat, 22 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar	08.00 – 17.00	✓	
9.	Sabtu, 23 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • Membuat *menu draft* Amaroossa Hotel • *Sending Email*	08.00 – 13.00	✓	 ✓ ✓

10.	Minggu, 24 Juli 2011	Libur			
11.	Senin, 25 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion July Period updating* • *Email blast* – Promo Ramadhan. • *SMS blast* – Promo Ramadhan. • Membuat tabel dan meng-*input* data pemasukan dan pengeluaran *souvenir* (*doll*)	08.00 – 17.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓
12.	Selasa, 26 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym). • *Daily Online Promotion July Period updating.* • Meng-*input* data PIN BB client. • *Souvenir* (*doll*) *draft printed.*	08.00 – 17.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓
13.	Rabu, 27 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar. • *Social media updating* (facebook, twitter, ym). • *Daily Online Promotion July Period updating.* • Membantu *Senior Banquet Sales Manager* mengikuti	08.00 – 17.00	✓ ✓ ✓	

		"La Novia Wedding Exhibition" di Gedung Manggala Siliwangi.			✓
14.	Kamis, 28 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion July Period updating* • Membuat daftar Hari Kemerdekaan Negara di dunia dan jadwal pertandingan bola 2011-2012 • Membantu *Senior Banquet Sales Manager* untuk mempersiapkan *wedding kit* untuk "La Novia Wedding Exhibition" di Gedung Manggala Siliwangi	08.00 – 17.00	✓ ✓ ✓ ✓	✓
15.	Jumat, 29 Juli 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion July Period updating* • Mempersiapkan keperluan untuk *flyering* di Rest Area KM. 57	08.00 – 17.00	✓ ✓ ✓	✓

16.	Sabtu, 30 Juli 2011	• *Flyering* di Rest Area KM. 57 bersama staff *Sales & Marketing Dept*. dan dari perwakilan Dept. lain	08.00 – 15.00		✓
17.	Minggu, 31 Juli 2011	Libur			
18.	Senin, 1 Agustus	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • *Crosscheck* GM *Material meeting*, Ramadhan & Lebaran Promotion • *Crosscheck* H3B (Himpunan Humas Hotel Bandung) *payment dues.*	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓
19.	Selasa, 2 Agustus 2011	Izin dikarenakan sakit			
20.	Rabu, 3 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • Meng-*input* data pemasukan dan	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓ ✓	

		pengeluaran *souvenir* (*doll*)			
		• Membuat *press release* Paket Ramadhan dan Idul Fitri Amaroossa Hotel • Menterjemahkan (*Eng-Ind*) situs Amaroossa *Facilities* • Membuat *press release* mengenai fasilitas dan menu Amaroossa Hotel (*The Roses Coffee Shop, Scarlet Pool Bar* dan *La Vien Rose*)			✓ ✓ ✓
21.	Kamis, 4 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • Membuat *press release* CSR-*Togetherness With Love* • Meng-*update Sales & Marketing Department Schedule*	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓

22.	Jumat, 5 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • Membuat media *list* untuk media Bandung • *Launching* Serella Bali & *Press Conference*	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓
23.	Sabtu, 6 Agustus 2011	Izin dikarenakan sakit			
24.	Minggu, 7 Agustus 2011	Libur			
25.	Senin, 8 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • Membuat media *list* untuk media Jakarta • Membuat undangan untuk media terkait CSR-*Togetherness With Love*, buka puasa bersama anak yatim	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓

		• Mengirimkan faksimili undangan acara CSR-*Togetherness With Love*			✓
26.	Selasa, 9 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • Membuat undangan untuk tetangga Amaroossa Hotel terkait CSR-*Togetherness With Love*	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓	✓
27.	Rabu, 10 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • *Labeling* untuk persiapan *flyering* di Rest Area KM. 57 • Mempersiapkan *goodiebag* untuk CSR-Togetherness With Love	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓
28.	Kamis, 11 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion*	08.00 – 21.00	✓ ✓ ✓	

		August Period updating • *Labeling* untuk persiapan *flyering* di Rest Area KM. 57 • Mempersiapkan *goodiebag* untuk CSR-Togetherness With Love • Acara CSR-*Togetherness With Love,* buka bersama anak panti asuhan • *Media relations*			✓ ✓ ✓ ✓
29.	Jumat, 12 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • *Labeling* untuk persiapan *flyering* di Rest Area KM. 57 • Membantu *Sales Coord.* menyerahkan *Business Result* untuk GM	08.00 – 16.00	✓ ✓ ✓	✓ ✓
30.	Sabtu, 13 Agustus 2011	• *Flyering* di Rest Area KM. 57 bersama staff *Sales & Marketing Dept*. dan perwakilan dari masing-masing dept. lain	08.00-14.00		✓

31.	Minggu, 14 Agustus 2011	Libur			
30.	Senin, 15 Agustus 2011	• *Review* & analisa surat kabar • *Social media updating* (facebook, twitter, ym) • *Daily Online Promotion August Period updating* • Mengambil data-data yang diperlukan untuk keperluan penyusunan laporan PKL	08.00-16.00	✓ ✓ ✓	✓

2.1.2 Deskripsi dan Contoh Kegiatan selama PKL

1. Deskripsi Kegiatan Rutin

A. *Check clock in*

Check clock in ini adalah pengecekan kartu absen hadir pada saat mahasiswa PKL tiba dikantor untuk memulai aktivitasnya**.** Hal itu dimaksudkan Agar *Time Keeper* dapat mengetahui jam masuk kantor setiap karyawan dan mahasiswa *training* dan mengetahui siapa saja yang izin atau tidak masuk kerja dan bertujuan agar para karyawan dan mahasiswa *training* di Amaroossa Hotel tetap menjaga kedisiplinan dan hadir tepat waktu.

B. Meng-*update content* (isi) akun jejaring sosial Amaroossa Hotel

Dengan berkembangnya dunia teknologi, saat ini banyak situs-situs jejaring sosial yang menyedot perhatian banyak massa, seperti *Facebook*, *Twitter*. Pemanfaatan internet akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media internet tidak hanya lagi sekedar menjadi media komunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian tak terpisahkan dari dunia bisnis. Hal ini di manfaatkan betul Amaroossa Hotel melalui PR-nya dengan membuat dan meng-*update* akun jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* setiap harinya, kegunaannya antara lain sebagai berikut :

- **Menjalin relasi bisnis dan networking**

  Akun jejaring sosial yang dimiliki Amaroossa Hotel tentunya mempermudah Amaroossa untuk menjalin relasi maupun membuat relasi baru. Jejaring sosial mempermudah Amaroossa untuk selalu *keep in touch* dengan para relasinya.

- **Pencarian informasi**

  Akun jejaring sosial Amaroossa Hotel terbuka untuk publik, artinya siapa saja boleh menjalin relasi dengan Amaroossa Hotel. Dengan adanya jejaring sosial, mempermudah masyarakat untuk melakukan pencarian informasi dan mengetahui informasi terbaru tentang Amaroossa Hotel,

seperti reservasi kamar, reservasi *function hall*, mengetahui harga kamar, sampai promo-promo menarik yang sedang ditawarkan oleh Amaroossa Hotel.

C. Meng-*update* "*Daily Online Promotion Month Period*"

Dengan begitu banyaknya manfaat dari adanya jejaring sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* membuat PRM untuk harus membuat semacam jadwal teratur untuk keperluan informasi apa saja yang disampaikan melalui akun jejaring sosial.

Daily Online Promotion Month Period adalah daftar khusus yang dibuat oleh PRM berisikan jadwal promo-promo dan *event* apa yang sedang dilakukan Amaroossa Hotel setiap harinya yang kemudian akan dijadikan sebagai bahan masukan untuk meng-*update* akun jejaring sosial Amaroossa Hotel.

D. Menerima surat-surat yang masuk ke PRM

Menerima setiap surat yang masuk ke meja PRM baik dari dalam maupun luar perusahaan**.** Tujuannya adalah agar penulis dapat mempelajari, mengarsipkan dan menyimpan dengan rapi surat-surat yang masuk yang ditujukan ke PRM, serta dapat mengetahui dan memahami apa saja dan bagaimana bentuk-bentuk kerjasama public relations Amaroossa Hotel dengan instansi lain.

E. Menjawab telepon yang masuk

Menjawab telepon yang masuk adalah kegiatan rutin yang dilakukan untuk mengetahui siapa saja yang menghubungi PRM melalui media telepon hal tersebut ditujukan agar setiap telepon yang masuk dapat di catat dan diberitakan kepada PRM dan penulis dapat belajar bagaimana menjadi pendengar yang baik dan dapat memahami setiap kebutuhan orang lain walupun melalui perantara, karena seorang public relations harus dapat menjadi pendengar yang baik bagi siapa saja.

F. Membaca Harian Umum

Membaca koran adalah kegiatan rutin yang lakukan untuk mengetahui info-info atau berita yang *up to date* baik nasional maupun internasional agar penulis dapat mengetahui berita terbardan aktual setiap harinya sehingga dapat menjadi seorang PR yang memiliki wawasan yang luas.

G. Menganalisa Surat Kabar

Setelah membaca surat kabar setiap harinya, peneliti juga menganalisa surat kabar. Kemudian mengarsipkan berita dan artikel yang berkaitan mengenai pariwisata, budaya dan terutama info mengenai hotel (kompetitor) khususnya dikawasan Bandung dari surat kabar yang dibaca, kemudian dimasukkan kedalam file khusus yang diberi keterangan sumber berita, tanggal terbit dan halaman beritanya. Dengan membuat arsip khusus **y**ang

berkaitan dengan profesi kehumasan dan pariwisata hal tersebut pada akhirnya dapat dijadikan bahan masukan, pertimbangan dan evaluasi bagi seorang PR nantinya bila menemukan kejadian yang serupa.

Tabel 2.2

***Review* Surat Kabar Selama PKL**

No.	Hari, Tanggal Terbit	Surat Kabar	Judul Berita
1	Sabtu, 23 Juli 2011	Bisnis Indonesia	**Info Wisata**: a. Promo 1688 *Beach Bar* di Inna Grand Bali Beach. b. Promo buka puasa Abadi Suite Jambi c. Opera Teochiew KTM Resort **Tip Wisata**: a. Menikmati kenyamanan Kota Denpasar di Aston Denpasar Hotel & Convention Center
2	Sabtu, 16 Juli 2011	Tribun Jabar	a. Arsitektur Renaisans Jadi Daya Tarik GH Universal b. Harris Hotel Akan Bangkitkan Pengunjung Mall
3	Senin, 11 Seputar Juli 2011	Bandung Advertiser	**Hotshot:** Donor Darah Amaroossa
			a. Makassar Golden Hotel "Fogging & Kerja Bakti" CSR

			b. Bollywood Night di Hotel Sahid Jaya Lippo Cikarang c. Syukuran KLB PSSI & Peluncuran Press Society Card di The Sunan
		Tribun Jabar	Angklung Catat Rekor Dunia
		Indonesia	33 Industri Dunia Kunjungi Penyulingan Akar Wangi
		Galamedia	Angklung Raih Rekor Dunia di AS
6	Kamis, 7 Juli 2011	Republika	Kolaborasi Musik Klasik & Tokecang Jadi Suguhan Apik
7	Selasa, 5 Juli 2011	Seputar Indonesia	Tax Holiday Efektif Agustus
8	Senin, 4 Juli 2011	Tribun Jabar	Menjajal Paralayang di Gunung Lingga
9	Sabtu, 2 Juli 2011	Galamedia	Brastagi, Tiada Duanya
		Seputar Indonesia	20 Musik Etnik Dunia Hadir di Bandung
10	Senin, 27 Juni 2011	Seputar Indonesia	Ngertakeun Bumi Lamba di Tangkuban Parahu
11	Minggu, 26 Juni 2011	Koran Tempo	Oasis di Tengah Pulau Bangka

G. Menginventarisir Souvenir (*doll)*

Banyak cara yang dilakukan Amaroossa Hotel dalam menjalin dengan para relasinya, salah satunya dengan souvenir dalam bentuk sebuah boneka beruang kecil berbaju ungu khas Amaroossa Hotel. Souvenir ini digunakan oleh *sales & marketing officer* dan PRM untuk diberikan kepada para relasi maupun calon relasinya. Souvenir ini juga biasa diberikan oleh para tamu yang telah menginap di Amaroossa Hotel dengan mengambil paket tertentu.

Untuk itu perlu inventarisasi souvenir agar pemasukan dan pengeluaran souvenir dapat diketahui dan dipertanggung-jawabkan. Inventarisasi dilakukan setiap ada pemasukan souvenir dari *Store Department* dan pengeluarannya oleh *sales & marketing officer* dan PRM.

I. *Check clock out*

Check clock out ini adalah pengecekan kartu absen pada saat mahasiswa PKL pulang atau selesai kerja, yang bemanfaat bagi *Time Keeper* untuk dapat mengetahui jam pulang kantor setiap karyawan dan mahasiswa training dan untuk memastikan siapa saja yang sedang lembur. Adapun tujuannya bagi penulis yaitu agar penulis dapat tetap menjaga kedisiplinan dan tepat waktu kapan dan dimana saja berada.

2. Deskripsi Kegiatan Insidentil

A. Membuat *Press Release*

Sebagai seorang PR p*ractitioner*, sering kali berhubungan dengan media. Baik dalam mengundang dalam kegiatan *press confference*, *event* program komunikasi, mengadakan *media gathering*, media kit hingga pengiriman *press release*.

Press Release atau siaran pers menurut **Soemirat dan Ardianto (2004)** adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) suatu organisasi/ perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers/ redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Seorang PR harus memiliki kemampuan menulis yang baik, salah satunya adalah kemampuan menulis *press release*. Dalam melaksanakan PKL penulis selalu diberi kesempatan untuk membuat *press release* yang berkenaan dengan *event-event* yang dilakukan Amaroossa Hotel seperti misalnya *event Corporate Social Responsibility*, selain itu *press release* dibuat ketika di Amaroossa Hotel sedang berlangsung promosi seperti promosi *room rate, wedding* dan sebagainya hingga *press release* mengenai informasi-informasi hotel yang perlu disampaikan dan dibuat *press release*-nya. Hal itu ditujukan agar penulis sebagai calon PR *practitioner* dapat terlatih membuat *press release* yang baik dan benar.

B. Membuat Undangan

Sebagai salah satu hotel bintang 4 ternama, Amaroossa Hotel sering melangsungkan *event-event* tertentu. Membuat undangan untuk suatu *event* yang ditujukan kepada relasi, lembaga hingga masyarakat tertentu menjadi salah satu tugas public relations Amaroossa Hotel. Dalam melakukan PKL di Amaroossa Hotel, penulis berkesempatan membuat undangan untuk *event-event* Amaroossa Hotel, berupa undangan elektronik (via e-mail) dan undangan cetak yang akan disebarkan ke yang bersangkutan.

C. Membuat Media List

Menjalin hubungan baik dengan media merupakan elemen penting dari PR dan memiliki peran strategis dalam mengkomunikasikan informasi dari sebuah perusahaan atau organisasi kepada publik oleh karena itu perlu adanya dukungan dari media dan jurnalis. Membuat daftar media baik cetak dan elektronik perlu dilakukan agar mempermudah kerja PR saat dibutuhkan.

D. Flyering

Flyering adalah salah satu aktifitas promosi dengan membagi-bagikan brosur/*leaflet* yang biasanya berisi informasi dan promosi tertentu yang bersifat sementara yang disebarkan di tempat-tempat tertentu. Karena fungsi PR Amaroossa Hotel yang merangkap sebagai *marketing public relations*, maka saat melakukan PKL penulis telah mengikuti kegiatan *flyering* sebanyak

dua (2) kali. *Flyering* dilakukan di *rest area* KM. 57 bersama seluruh manager departemen Amaroossa Hotel. *Flyering* dimaksudkan agar para pendatang yang berada di rest area KM 57 mengetahui keberadaan Amaroossa Hotel dan promosi menarik yang ditawarkan Amaroossa Hotel dapat membuat para pendatang mau untuk menginap di Amaroossa Hotel.

E. Mengakses informasi-informasi dari situs atau *website*

Mengakses berita-berita terkini baik dari dalam maupun luar negeri, melalui situs-situs berita seperti liputan6.com, kompas.com dan lain-lain. Selain ditujukan agar penulis selalu aktual dalam informasi terkini, penulis juga diharapkan dapat selalu menggunakan teknologi computer khususnya internet, karena profesi PR saat ini sangat menuntut sumber daya manusia yang selalu berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi.

F. Membantu pekerjaan staff departemen lain di Amaroossa Hotel

Membantu pekerjaan-pekerjaan bidang lainnya diluar bidang kehumasan apabila dibutuhkan oleh divisi lainnya seperti: mengantarkan surat-surat, memfotokopi, *scan*, *print*, dan juga mengirimkan faksimili. Hal tersebut berguna untuk menjalin keakraban dengan para staf di departemen lainnya, dimana seorang PR sebaiknya dapat bergaul dengan siapa saja dan dimana saja, selama tidak menggangu kegiatan rutin dan meninggalkan tugas utamanya.

2.2 Analisa Kegiatan PKL

2.2.1 Analisa Tentang PR

Secara etimologis, public relations terdiri dari dua kata, yaitu *public* dan *relations*. *Public* berarti publik dan *relations* berarti hubungan-hubungan. Jadi, *public relations* berarti hubungan-hubungan dengan publik. Menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) (Jefkins, 2004: 9), "*Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya".

Sedangkan menurut Frank Jefkins (Jefkins, 2004: 10), "*Public Relations* adalah semua bentuk 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".

Humas atau PR menurut John E Hartson dalam bukunya yang berjudul *Modern Public Relations*, memberikan definisi yang sangat umum mengenai. *"PR is planned, persuasive communication designed to influence significant public"*

Kata kunci dari definisi diatas adalah *"planned", "persuasive communication",* dan *"significant public".* Jadi PR bukanlah ilmu tradisional yang digunakan untuk menghadapi tujuan-tujuan sesaat. PR perlu direncanakan dalam suatu pendekatan manajemen kepada target-target publik tertentu. PR melakukan komunikasi dengan cara membujuk, oleh karena itu sering disebut secara sepihak

bahwa profesi PR adalah profesi membujuk. Kata kunci "*significant public*" mengacu pada khalayak sasaran pekerjaan PR, khalayak sasaran ini disebut "*stakeholders*".

Dari definisi yang sangat umum diatas, Hartson juga memberikan definisi yang lebih spesifik dan konkret, yaitu "PR adalah seni untuk membuat perusahaan anda disuka dan dihormati oleh para karyawan, konsumen dan para penyalurnya".

Kata kunci definisi diatas adalah "disukai". Dengan membuat perusahaan disukai oleh karyawan, konsumen, dan para penyalurnya maka perusahaan akan terhindar dari bencana. Perusahaan juga masih harus menanamkan kecintaan dari elemen-elemen lain yang dewasa ini memegang peranan yang sangat vital, misalnya komunitas (dengan dukungan enviromentalis), pers (pembentuk opini), para akdemisi (pembentuk opini) dan pemerintah (regulasi dan opini).

Selain diatas JC Seidel *PR of Division of Housing State,* New York juga memberikan definisi PR yakni :

"PR adalah proses yang *continue* dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (kemampuan baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas, kedalam mengadakan analisis dan perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar memberikanpernyataan-pernyataan" (Elvinaro, 2002:12)

Secara sederhana, penulis juga dapat mengemukakan bahwa PR atau Humas merupakan sesuatu kegiatan komunikasi dua arah (*two way communication*) antar suatu perusahaan atau organisasi dengan publik maupun sebaliknya. Publik disini mencakup intern dan ekstern yang mendukung fungsi dan tujuan manajemen

organisasi tersebut guna memperoleh opini publik yang menguntungkan atau opini yang positif bagi perusahaan (citra atau image positif).

Secara umum, PR dapat diartikan sebagai "penyambung lidah" perusahaannya dalam hal mengadakan hubungan timbal balik dengan pihak luar dan dalam perusahaan. Jadi, tidak hanya bertugas sebagai *a channel of information* (saluran informasi) dari perusahaan kepada publiknya, melainkan juga merupakan saluran informasi dari publik kepada perusahaan. Informasi yang datang dari publik merupakan opini publik sebagai umpan balik dari informasi yang diberikan oleh perusahaan. Demikian pula fungsi PR sebagai *a source of information* (sumber informasi), tidak hanya bagi pihak luar saja, melainkan juga merupakan sumber informasi bagi publik di dalam perusahaan, terutama bagi pimpinan perusahaan.

Dengan kedua fungsi utamanya itu, PR tidak saja merupakan media komunikasi yang menyalurkan penerangan atau informasi kepada publik luar dan publik dalam perusahaan, tetapi juga harus mendengar, mencium, merasakan dan melihat opini publiknya itu. Tegasnya, PR merupakan "jembatan" penghubung antara pimpinan perusahaan dengan publiknya. Jembatan penghubung yang menerjemahkan "bahasa" pimpinan perusahaan ke dalam "bahasa" publik (masyarakat) dan sebaliknya, sehingga terjadi suatu pengertian yang dapat memperlancar jalannya perusahaan dalam hal mencapai tujuannya di tengah-tengah masyarakat.

Pada umumnya, tugas PR dalam perusahaan (Rumanti, 2002: 39) adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, agar publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan kehidupan masyarakat.
3. Memperbaiki citra organisasi. Bagi PR, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya. Tetapi, terletak pada (1) bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol dan dievaluasi; (2) dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.
4. Tanggung jawab sosial. PR merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Suatu organisasi mempunyai kewajiban dalam pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab.

5. Komunikasi. PR mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya.

Sementara Astrid S. Susanto mengutip pendapat Cutlip and Center (Kusumastuti, 2004: 26) menyatakan tugas PR perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Mendidik melalui kegiatan nonprofit suatu publik untuk menggunakan barang/ jasa instansinya.
2. Mengadakan usaha untuk mengatasi salah paham antara instansi dengan public.
3. Meningkatkan penjualan barang/ jasa.
4. Meningkatkan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan masyarakat sehari-hari.
5. Mendidik dan meningkatkan tuntutan serta kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
6. Mencegah pergeseran penggunaan barang atau jasa yang sejenis dari pesaing perusahaan oleh konsumen.

Inti tugas PR adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik, sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik. Persesuaian yang menciptakan hubungan harmonis di mana satu sama lain saling memberi dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak. Pada dasarnya, bentuk-bentuk kegiatan PR atau relasi yang dibangun, dijaga dan

dikembangkan melalui kegiatan PR adalah relasi dengan para *stakeholder* organisasi. Pada umumnya, relasi yang dibangun tersebut adalah sebagai berikut:

1. Internal Relations

a. Employee Relations

b. Shareholder Relations

2. External Relations

a. Community Relations

b. Media/ Press Relations

c. Government Relations

d. Special Groups Relations

e. Suppliers Relations

PR merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi PR merupakan salah satu bagian atau divisi dari organisasi ataupun perusahaan. Karena itu, tujuan dari PR sebagai bagian struktural organisasi tidak terlepas dari tujuan organisasi itu sendiri. Inilah yang oleh Oxley (Iriantara, 2004: 57) disebut sebagai salah satu prinsip *public relations*, yang menyatakan "Tujuan public relations jelas dan mutlak memberi sumbangan pada objektif organisasi secara keseluruhan". Oxley menyatakan tujuan public relations itu sendiri adalah mengupayakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publiknya.

Secara lebih rinci, Lesly (Iriantara, 2004: 57) menyusun semacam daftar objektif kegiatan PR, di antaranya:

1. *Prestise* atau "citra yang *favourable*" dan segenap faedahnya

2. Promosi produk atau jasa

3. Mendeteksi dan menghadapi isu dan peluang

4. Menetapkan postur organisasi ketika berhadapan dengan publiknya

5. *Goodwill* karyawan atau anggota organisasi

6. *Goodwill* para *stakeholder* dan konstituen

7. Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka

8. Merumuskan dan membuat pedoman kebijakan

9. Mencegah dan memberi solusi perubahan

10. Mengayomi *goodwill* komunitas tempat organisasi jadi bagiannya

11. Mencegah serangan

12. *Goodwill* para pemasok

13. *Goodwill* pemerintah

14. *Goodwill* bagian lain dari industri

15. *Goodwill* para *dealer* dan menarik d*ealer* lain

16. Kemampuan untuk mendapatkan personel terbaik

17. Pendidikan publik untuk menggunakan produk atau jasa

18. Pendidikan publik untuk satu titik pandang

19. *Goodwill* para *customer* atau para pendukung

20. Investigasi sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan

Tujuan kegiatan PR tersebut, pada gilirannya akan memberi manfaat terhadap organisasi. *Prestise* atau citra yang baik, misalnya akan memberi manfaat yang sangat besar bagi organisasi, bahkan citra dan reputasi ini sering disebut sebagai aset

terbesar perusahaan. Karena itu, reputasi mendapat perhatian yang sangat besar dan manajemen reputasi merupakan salah satu bagian dari kegiatan PR yang penting. Untuk mempertahankan bahkan meningkatkan citra dan reputasi organisasi atau perusahaan dapat dilakukan salah satunya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangkaian kegiatan PR.

Dari serangkaian tujuan PR yang telah disebutkan diatas maka pada umumnya PR menekankan tujuan pada aspek citra. "Citra" dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah "*image*", yang berarti "*The Picture in our head*" (gambar yang ada didalam kepala kita). Gambar yang dimaksud ini adalah *mentality picture*/gambar mental, yakni gambar mental yang mengandung unsur positif dan negatif.

Berdasarkan definisi, penjelasan dan analisis singkat mengenai PR diatas, penulis menilai bahwa PR di Amarossa Hotel telah berjalan dengan baik sesuai dengan tugas dan fungsi dari PR itu sendiri.

2.2.2 Analisa Mengenai Aktivitas Kerja PR

Persaingan usaha yang semakin ketat serta adanya persiapan kearah globalisasi perdagangan dan informasi saat ini telah memaksa perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dan produktifitas kinerja suatu perusahaan. Potensi sumber daya yang ada pada perusahaan khususnya sektor pariwisata merupakan asset yang sangat berharga sekali untuk menarik minat wisatawan manca negara untuk datang ke

Indonesia sehingga perlu untuk dijaga dan ditingkatkan. Perusahaan secara umum mempunyai tujuan untuk mendapat profit serta peningkatan pelayanan maupun perluasan usaha bisnis yang bertujuan untuk pengembangan bisnis yang maju dan sehat. Dewasa ini dunia perhotelan hampir dapat menyamai kepesatan dari perkembangan kepariwisataan itu sendiri.

Amaroossa Hotel merupakan suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersil yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh penginapan berikut makan dan minum. Untuk dapat melakukan persaingan yang sehat dalam dunia bisnis dibutuhkan suatu cara atau strategi yang harus ditempuh oleh Amaroossa Hotel, seperti bagaimana agar terjalin hubungan yang harmonis antara pengusaha perhotelan dengan para konsumennya, pemegang saham, pers, maupun karyawan sehingga sejalan dengan yang diharapkan dari kedua belah pihak. Masalah tersebut dapat diupayakan dengan melakukan kegiatan public relations yang meliputi kegiatan mulai dari pembenahan organisasi atau perusahaan itu sendiri hingga kepada kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan dimata publiknya.

Menurut Webster dalam bukunya yang berjudul "*New Dictionary Of English*" (1977:729) menjelaskan bahwa Hotel adalah :

"Sebuah gedung dan bangunan yang menyediakan akomodasi untuk tempat tinggal pengunjung sementara dan kadang-kadang penghuni jangka lama, dan sering menyediakan fasilitas lainnya seperti : ruang rapat, restoran, dan took yang disediakan bagi tamunya dan umum".

Sedangkan pengertian Hotel secara umum Menurut *Hotel Proprietors Act*, 1956 adalah :

"Suatu perusahaan yang dikelola oleh para pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang – orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa ada perjanjian khusus".

Dan Pengertian Hotel berdasarkan keputusan Menteri Pos Telekomunikasi No.37/ PW 304 MMPT – 86 adalah :

"Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan sarana penginapan, makan, minum, serta lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil".

Dari pengertian kata Hotel tersebut diatas, maka dapat dicakup aspek-aspek:

- Hotel adalah suatu jenis akomodasi
- Hotel adalah suatu jenis usaha komersil
- Hotel harus terbuka untuk umum
- Hotel adalah penyedia jasa untuk umum
- Hotel harus menyediakan minimum tiga fasilitas (Akomodasi, makanan, dan minuman)

Setelah penulis mengetahui arti Hotel, maka penulis menyimpulkan bahwa Hotel sangat dibutuhkan oleh para Wisatawan Domestic, adapun fungsi dan peranan suatu hotel antara lain :

- Sebagai sarana sebagai penunjang usaha
- Sebagai akomodasi tempat beristirahat bagi mereka yang telah melakukan perjalanan yang cukup panjang guna memulihkan kondisi tubuh mereka.

2.2.3 Analisa Mengenai Aktivitas PR yang Dilakukan Selama PKL

Praktik PR pada prinsipnya adalah merupakan suatu kegiatan yang terencana dan suatu usaha yang terus menerus untuk dapat memantapkan dan mengembangkan itikad baik (*goodwill*) dan pengertian yang timbal balik (*mutual understanding*) antara suatu organisasi dengan masyarakat.

PR Amaroossa Hotel mempunyai tugas yang sangat luas dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Peranan PR Amaroossa Hotel dalam sistem hubungan komunikasi timbal balik merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi. Peranan komunikasi itu sendiri adalah sebagai unsur yang absolut dalam meningkatkan koordinasi maupun semangat jaringan kerja yang perlu terus terpelihara.

Di Amaroossa Hotel *job description* dari *public relations* sendiri apabila dilihat maka merangkup juga sebagai *marketing public relations*, dikarenakan posisi public relations Amaroossa Hotel belum *State of Being* atau belum melembaga. Dengan melihat struktur organisasi Amaroossa Hotel, posisi PR Amaroossa Hotel dibawah *Sales and Marketing Departemen*.

Peran PR Amaroossa Hotel yang fungsi dan tugasnya merangkup MPR menjadi semakin penting karena itikad baik *(goodwill*) menjadi suatu bagian dari profesionalisme yang pasti akan terbentuk karena pembentukan simpati konsumen secara efektif dan efisien sudah merupakan keharusan dimana tingkat kompleksitas dan pemuasan kebutuhan nasabah sudah mencapai tingkat yang canggih dalam kegiatan pengemasannya.

Marketing Public Relations (MPR) penekannanya bukan pada *selling* (seperti kegiatan periklanan), namun pada pemberian informasi, pendidikan dan upaya peningkatan pengertian lewat penambahan pengetahuan mengenai suatu merek produk, jasa, perusahaan akan lebih kuat dampaknya dan agar lebih lama diingat oleh konsumennya.

Menurut Thomas L. Harris, pencetus pertama konsep Marketing Public Relations dalam bukunya berjudul **The Marketer's Guide to Public Relations** dengan konsepsinya sebagai berikut :

"MPR merupakan proses perencanaan dan pengevaluasian program-program yang merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi mengenai informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan yang menghubungkan perusahaan dan produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian dan kepentingan para konsumen".

Kegiatan MPR yang dilakukan oleh PR Amaroossa Hotel diantaranya sebagai berikut :

a. Publikasi. Kegiatan komunikasi untuk menjangkau dan mempengaruhi pasar sasaran mencakup laporan tahunan, desain brosur (seperti; brosur Amaroossa Hotel, promo-promo hotel dsb), artikel dan external communication tool (seperti; LCD TV yang di letakan di *Front Office* dan dekat *lift* yang menginformasikan *room rate*, promo hotel dan *available hall*).
b. Berita. Kegiatan menemukan dan menciptakan informasi yang mendukung kemajuan Amaroossa Hotel. Misalnya dengan membuat *News Release* seperti yang pernah dilakukan Amaroossa Hotel dengan membuat berita mengenai Amaroossa peduli pendidikan, dan Amaroossa *Go Green*.
c. Kegiatan layanan publik. Kegiatan yang dilakukan Amaroossa untuk meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat melalui pemberian sumbangan kepada anak panti asuhan, aksi sosial dengan membersihkan lingkungan disekitar Amaroossa Hotel dan sebagainya.
d. Media identitas. Identitas atau ciri khas Amaroossa Hotel seperti logo, warna, dan slogan.

PR Amaroossa Hotel perlu mengalami ekspansi kerja yang diarahkan pada keberhasilan tujuannya, sehingga PR bukan hanya sebagai senjata dalam menjaga suatu citra perusahaaan yang terus berkesinambungan. Dimana keberadaaan PR Amaroossa Hotel sangat mempunyai pengaruh besar dalam membangun opini-opini publik yang dapat menguntungkan bagi Amaroossa Hotel itu sendiri. Sistem kerja di Amaroossa Hotel sangat jelas mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasian, dan mengevaluai program kerja PR melalui berbagai macam kegiatan Amaroossa Hotel.

Bertolak dari kegiatan PR di atas, peranan PR sangat penting dalam hubungan komunikasi yang timbal balik yang merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi, adapun yang dilakukan oleh PR dalam melakukan kegiatannya baik itu eksternal maupun internal.

Kegiatan internal yang dilakukan PR Amaroossa Hotel bertujuan untuk mempererat rasa persaudaraan diantara karyawan dengan atasannya dan juga dengan sesama karyawan sendiri, serta untuk menunjukkan adanya perhatian dari Amaroossa Hotel terhadap karyawannya sehingga tercipta *image* baik bukan hanya di masyarakat tetapi di karyawannya. Adapun kegiatan internal yang dilakukan PR Amaroossa Hotel antara lain seperti :

a. Diskusi / rapat. Bila terjadi masalah yang menyangkut karyawan dan perusahaan, maka masalah tersebut di diskusikan bersama-sama untuk mencari jalan keluarnya. Sehingga tercipta komunikasi dan hubungan yang baik dari atasan ke bawahan maupun antar karyawannya. Minimal rapat dilakukan di Amarossa Hotel sebulan sekali.

b. *Family Gathering*. *Waterpark "The Jungle"* Bogor, dipilih sebagai tempat untuk acara *family gathering* Amaroossa Hotel pada awal tahun 2011. *Family gathering* ini dilakukan bertujuan untuk menjalin keakraban antara pimpinan dan karyawannya, serta para keluarga yang ikut berpartisipasi. Berbagai macam perasaan kurang nyaman dalam sehari-hari bekerja seperti capek, jenuh, pusing dan lain-lain yang sudah menggumpal dan membeku, lambat laun mencair berkat *family gathering*.

Sementara kegiatan eksternal yang di lakukan PR Amaroossa Hotel merupakan salah satu sarana PR dalam menjalin hubungan baik dengan publik eksternal hotel dan menyampaikan pesan mengenai keadaan Amaroossa Hotel kepada para tamu, masyarakat dan media. Pelaksanaan kegiatan eksternal oleh PR Amaroossa Hotel antara lain;

a. Publikasi melalui *Press Release*. Berupa berita yang dimuat di media massa yang berisi tentang perubahan, perkembangan, peristiwa dan kejadian tertentu di hotel yang layak untuk dimuat dalam media masaa yang bertujuan untuk

meningkatkan *image* perusahaan. Berita tentang Amaroossa Hotel pernah dimuat di harian umum Pikiran Rakyat, Tribun Jabar, *Bandung Advertiser* dll.

b. *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai rasa tanggung jawab sosial Amaroossa Hotel kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, kegiatan CSR rutin dilakukan setiap bulannya dengan tema yang berbeda-beda, misalnya CSR-Amaroossa Peduli Pendidikan, yang membagikan 1000 buku tulis gratis kepada murid SD di Ciparay, CSR-Donor Darah oleh para pimpinan dan karyawan Amaroossa Hotel, dan CSR-*Togetherness With Love* yang merupakan kegiatan buka puasa bersama anak panti asuhan dan para wartawan media cetak dan elektronik di kota Bandung.
c. Melakukan promosi ke berbagai perusahaan baik surat kabar, radio, stasiun televisi dan lainnya.

2.2.4 Analisa Pelayanan PR Amaroossa Hotel kepada mahasiswa PKL

Selama melakukan kegiatan PKL di Amaroossa Hotel, penulis merasakan sambutan karyawan yang ramah dan memberikan kesempatan untuk penulis mengikuti dan melihat secara langsung kegiatan-kegiatan yang dilakukan PR Amaroossa Hotel. Penulis juga diberikan kesempatan untuk ikut terlibat secara langsung dalam acara-acara atau *event-event* baik yang diselengarakan oleh PR maupun Amaroossa Hotel pada umumnya. PR Amaroossa Hotel juga selalu memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan pekerjaan layaknya

seorang PR hotel, dan memberikan evaluasi, bimbingan dan nasihat kepada penulis setelah melakukan pekerjaan.

Frekuensi dan jumlah pekerjaan yang diberikan kepada penulis pada saat melaksanakan PKL sudah sangat baik. Sehingga berguna bagi keilmuan praktis di bidang *public relations* dan menambah wawasan penulis dalam dunia kerja.