BAB II

Pelaksanaan PKL

2.1. Pelaksanaan PKL

Penulis melaksanakan PKL di Kampung Sampireun Resort & SPA selama 27 hari kerja dan memulainya pada hari senin 4 Juli 2011 sampai kamis 4 Agustus 2011. Waktu kerja yang ditetapkan oleh pihak perusahaan adalah pada minggu pertama dimulai dari pukul 07.00 sampai pukul 17.00 WIB. Penulis pada melaksanakan pkl bertugas di bagian Front Office.

Selama penulis melaksanakan PKL, penulis banyak mengikuti kegiatan yang sifatnya berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan konsumen/tamu, misalnya mereservasi tamu yang akan menginap, menerima telefon dari tamu yang menginap apabila membutuhkan sesuatu. Kegiatan seperti itu sering penulis lakukan untuk lebih mengenal tugas dari seorang *front office*, dan untuk memperdalam kemampuan sebagai *front office* yang baik. Tentunya hal tersebut merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, yang mana penulis bisa secara langusung mengetahui pekerjaan yang ada di hotel tersebut. Meskipun penulis tidak mengetahui secara detail perkerjaan dari setiap divisi, tetapi penulis bisa mengetahui secara global setiap pekerjaan yang ada pada setiap divisi.

Seperti yang telah penulis disebutkan diatas, secara garis besar pekerjaan yang penulis lakukan selama PKL di Kampung Sampireun Resort & SPA adalah

membantu pihak Room Manager khususnya bagian *Front Office*. Ada beberapa tahapan sebelum tamu menginap di kampung sampireun, yang pertama tamu mereservasi kamar terdahulu bisa melalui telfon, maupun datang langsung, ditaktukan apabila tamu belum memesan kamar dahulu ditakutkan tidak kebagian bungalau. Karena di kampung sampireun resort & spa bungalau nya terbatas. diharapakan tamu tersebut sudah membayar terlebih dahulu sebelum check in kamar dan untuk bookingan harus membayar DP minimal 50%. Hal itu dilakukan demi kenyamanan tamu hotel dan pihak hotel, karena ditakutkan apabila pihak tamu belum membaya full harga dari kamar ditakutkan akan meninggalkan hotel tanpa sepengetahuan pihak hotel.

Berada dibagian *Front Office* merupakan keasyikan tersendiri bagi penulis, karena selain penulis bisa berinteraksi langsung dengan tamu, penulis juga banyak pengalaman dari adanya kegiatan seperti itu, misalnya penulis bisa mengetahui tujuan para tamu menginap di hotel dan penulis juga bisa mengasah cara berkomunikasi yang baik. Hal tersebut dijadikan penulis sebagai ajang memperdalam ilmu yang sudah didapatkan di kampus. Bagi penulis PKL di bagian Front Office merupakan sebuah pengalaman yang sangat berharga, selain sebagai tempat memperdalam dan memahami ilmu yang sudah didapat di kampus, penulis juga bisa merasakan bagaimana bekerja yang sungguh-sungguh dan berada di bawah tekanan. Diharapkan setelah melakukan PKL ini penulis bisa menjadikan pengalaman tersebut untuk kedepannya.

2.1.1. Rincian Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Table 2.1

(Rincian Kegiatan Selama PKL)

No	Hari / Tgl	Jam Datang	Aktivitas	Jam Pulang	Keterangan
1	Senin 04 Juli	08.00	Pengenalan lingkungan kerja	16.00	Insidentil
2	Selasa 05 Juli	08.00	Mulai praktek cara menerima telepon dari karyawan dan tamu hotel / konsumen	16.00	Rutin
3	Rabu 06 Juli	08.00	Membuat list tamu	16.00	Rutin
4					Libur
5	Jumat 08 Juli	08.00	Reservasi tamu yang menginap	16.00	Rutin
6	Sabtu 09 Juli	08.00	Mengecek list tamu yang menginap di hotel	16.00	Rutin
7	Mingu 10 juli	08.00	Menerima tamu yang menginap		Rutin

8	Senin 11 Juli	08.00	Membuat surat konfirmasi untuk tamu	16.00	Insidentil
9	Selasa 12 Juli	08.00	Menerima tamu yang akan menginap	16.00	Rutin
10					Libur
11	Kamis 14 Juli	08.00	Menerima Telfon dari tamu untuk reservasi	16.00	Rutin
12	Jumat 15 Agustus	08.00	Menerima Telfon dari tamu untuk reservasi	16.00	Rutin
13	Sabtu 16 Juli	08.00	Menyambut Tamu Gathering dari china	16.00	Insidentil
14					Libur
15	Senin 18 Juli	08.00	Membuat laporan tamu yang menginap untuk *Room Manager*	16.00	Insidentil
16	Selasa 19 Juli	08.00	Reservasi tamu yang akan menginap di hotel	16.00	Rutin
17	Rabu 20 Juli	08.00	Menerima telepon dan membalas email untuk tamu	16.00	Rutin
18	Kamis 21	08.00	Menjelaskan fasilitas Hotel	16.00	Insidentil

	Juli		kepada tamu yang berkunjung/showing		
19	Jumat 22 Juli	08.00	Menerima Telfon dari tamu untuk reservasi	16.00	Rutin
20					Libur
21					Libur
22	Senin 25 Juli	08.00	Menyediakan souvenir untuk diberikan kepada tamu	16.00	Rutin
23	Selasa 26 Juli	08.00	Menerima reservasi tamu melalui telfon	16.00	Rutin
24	Rabu 27 Juli	08.00	Reservai tamu yang akan menginap	16.00	Rutin
25	Kamis 28 Juli	08.00	Reservasi tamu yang menginap dihotel	16.00	Rutin
26	Jumat 29 Juli	08.00	Membuat list tamu yang menginap	16.00	Rutin
27	Sabtu 30 Agustus	08.00	Menjelaskan fasilitas Hotel kepada tamu yang berkunjung/showing	16.00	Rutin
28	Minggu	08.00	Membuat laporan bulanan	16.00	Insidentil

	31 Juli		untuk Room Manager		
29	Senin 01 Agustus	08.00	Membalas email tamu yang menanyakan room rate hotel	16.00	Rutin
30	Selasa 02 Agustus	08.00	Menerima tamu rombongan dari china	16.00	Insidentil
31	Rabu 03 Agustus	08.00	Membalas email tamu yang menanyakan room rate hotel	16.00	Rutin
32	Kamis 04 Agustus	08.00	Reservai tamu yang akan menginap	16.00	Rutin

Sumber : Arsip Penulis, Juli 2011

2.2. Analisa Kegiatan PKL

Kegiatan yang penulis lakukan dibagian *Front Office* sebagaimana telah dijelaskan diatas, hal tersebut sejalan dengan teori-teori komunikasi secara umum dan teori humas secara khusus yang sedang penulis pelajari dalam perkuliahan. Karena dalam kegiatan tersebut ada yang namanya komunikasi tatap muka atau sering dikenal dengan istilah *face to face* dan ada juga pesan yang disampaikan secara

persuasif kepada tamu, supaya tamu bisa terpengaruh oleh pesan yang kita sampaikan kepada komunikan dalam hal ini komunikannya adalah konsumen/tamu. Penyampaian informasi tersebut merupakan kegiatan komunikasi secara umum dan kegiatan Humas secara khusus.

Dalam komunikasi terdapat penyampaian informasi dan pengertian informasi dari seseorang kepada orang lain. Melalui lambang-lambang yang telah disepakati bersama (kata-kata, gambar, dll) maka, komunikasi terjadi dengan langsung ataupun melalui media. Komunikasi akan timbul apabila terdapat saling pengertian antara pengirim dan penerima sehingga terdapat suatu pemahaman. Bukan berarti bahwa kedua belah pihak harus menyetujui suatu gagasan tersebut, tetapi yang penting adalah kedua belah pihak sama-sama memahami gagasan tersebut, dalam keadaan seperti itu maka komunikasi dapat dikatakan berlangsung dengan baik.

Melalui pemahaman bersama tersebut, tujuan komunikasi adalah adanya perubahan sikap. Melalui pemahaman gagasan bersama diharapkan dapat memberikan rangsangan bagi perubahan sikap yang dilakukan oleh pengirim (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah pernyataan manusia. Pernyataan manusia tersebut dapat berupa lisan, tulisan, isyarat, simbol, yang dimengerti oleh komunikator dan komunikan.

Pelaksanaan PKL di Kampung Sampieun Resort & SPA adalah sarana untuk memperkaya wawasan dan pengalaman bagi penulis, yang mana penulis bisa merasakan sendiri dunia kerja yang sesungguhnya, ilmu-ilmu yang selama ini penulis dapatkan di bangku kuliah kini dapat teraplikasikan langsung ketika penulis berada dilapangan. Sungguh pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, karena penulis bisa bertemu dengan orang-orang baru dan tentunya dari latar belakang keilmuan yang berbeda. Dari adanya kegiatan PKL ini penulis sangat bisa merasakan bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya, pengalaman bertemu dengan orang yang berbeda latar belakang baik pendidikan maupun budaya sangat penulis rasakan selama penulis berada dilapangan.

Oleh karena itu, penulis berpandangan bahwa adanya kesesuaian antara kajian keilmuan yang penulis dapatkan di bangku kuliah dengan Praktek secara langsung ketika penulis berada dilapangan. Misalnya saja salah satu teori yang sangat teraplikasi dari kegiatan marketing yaitu teori *Attention, Interest, Desire,*dan *Action*. Yang berarti adanya sikap perhatian baik dari perusahaan ataupun dari konsumen, perusahaan memperhatikan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dari perusahaan, kemudian adanya sikap keterkaitan antara pihak perusahaan dengan pihak konsumen, dengan adanya keterkaitan ini diharapkan konsumen timbul hasrat yang baik, sehingga dari hasrat tersebut timbulah aksi untuk melakukan transaksi pembelian. Teori tersebut penulis dapatkan dari beberapa mata kuliah yang mengkaji tentang

Manajerial perusahaan, dan penulis menemukan teori tersebut dari bukunya Drs. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc. (teori-teori komunikasi 1986).

Dari sini penulis belajar bagaimana membuat dan merancang strategi yang baik itu, sehingga apa yang kita rencanakan harus benar-benar bisa tertuju pada sasaran yang kita bidik. Dengan adanya kesesuian antara strategi yang telah kita tetapkan, diharapkan pelaksanaan atau aplikasi dari strategi yang telah kita buat tadi tidak sia-sia/tidak percuma, karena strategi yang dibuat tepat pada sasaran yang dituju. Memang setiap perusahaan harus memiliki strategi untuk menjalankan program kerjanya, bertolak dari hal tersebut maka penulis tertarik dengan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tempat penulis melakukan PKL. Yang mana perusahaan ini sering membuat promosi baik di dalam Negeri maupun di luar Negeri, hal tersebut dilakukan untuk lebih mengenalkan nama perusahaan kepada pihak luar (konsumen). Terbukti dengan seringnya perusahaan ini melakukan atau mengikuti pameran disetiap waktu, maka nama perusahaan ini pun sudah dikenal sampai kemancanegara, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya pengunjung dari mancanegara yang hampir setiap minggu nya ada pengunjung yang datang dari luar Negeri.

Perusahaan tempat penulis melaksanakan PKL banyak keunikan tersendiri, sehingga bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang berkunjung ke tempat tersebut. Mulai dari panorama alamnya yang sejuk, pelayan yang ramah dan lingkungannya yang bersih membuat perusahaan ini semakin dicari oleh

pengunjungnya, tak heran jika selama penulis berada disana *cottage* yang ada selalu terisi penuh oleh pengunjung. Jumlah cottage yang ada disana memang tidak banyak hanya 22 cottage/bungalow yang tersedia, maka dari itu pengunjung harus berburu-buru kalau ingin meraskan panorama alam yang asri.

Demikianlah pengalaman yang didapat selama penulis melaksanakan PKL disana, pada setiap tour penulis tidak diminta untuk menulis laporan. Meski demikian, penulis tetap dapat membantu jalannya kegiatan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sementara itu disisi lain, penulis juga banyak mendapat pengalaman bekerja baik dibagian tour maupun dibagian *front office.*

Sejauh yang penulis amati, suasana kerja di Kampung Sampireun Resort & SPA sangatlah menyenangkan, karena hubungan diantara atasan dan bawahan sangatlah terjaga dengan baik, terbukti dengan salam yang selalu diucapkan oleh seorang Manager pada pagi hari kepada bawahannya dengan menyebut “Wilujeng Enjing, sing Sumanget didamelna meh aya alaeun” ucapan seperti itu yang selalu didengar oleh penulis pada pagi hari yang terucap dari Manager. Selain diiringi oleh musik selamat datang yang sangat khas, yaitu suara seruling yang dilantunkan melalui speaker aktif yang ada di front office. Tentunya hal itu menjadi pendorong atau penyemangat bagi karyawan yang datang untuk melakukan pekerjaan dengan baik sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan.

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin Praktek Kerja Lapangan Divisi *Front Office*

Dalam melakukan Praktek Kerja Lapangan penulis sering melakukan kegiatan yang rutin selama PKL di Kampung sampireun Resort dan Spa. Adapun Kegiatan rutin yang sering dilakukan sebagai berikut:

- Menerima telpon dari tamu yang akan reservasi tempat maupun hanya untuk meminta penjelasan tentang apa saja fasilitas di Kampung Sampireun Resort dan Spa besereta harganya.
- Menerima tamu yang akan menginap mulai dari pembayaran, memfotocopy ktp dari tamu yang akan menginap.
- Membuat daftar tamu yang akan menginap. Pekerjaan ini biasa penulis kerjakan pada sore hari sebelum jam kerja habis. Karena akan menjadi pegangan karyawan lainnya pada saat ganti shift.
- Membuat surat konfirmasi tentang reservasi kamar, dan seterusnya dikirim lewat email maupun fax. Karena surat konfirmasi ini harus diterima oleh tamu yang akan menginap.

2.2.2. Deskripsi Kegiatan Insidentil Praktek Kerja Lapangan.

Dalam melakukan praktek kerja lapangan penulis bukan hanya melakukan kegiatan rutin tetapi juga melakukan kegiatan insidentil. Dimana kegiatan ini tidak rutin dikerjakan oleh penulis. Adapun kegiatan insidentil sebagai berikut:

- Membuat laporan untuk room manager. Yang berisi tentang berapa kamar yang terjual dam sebulan. Dan analisi tentang kelemahan dalam pelayanan kamar.
- Menerima tamu gathering dari china. Penerimaan tamu ini sangat spesial karena merupakan warga kampung sampireun. Karena selalu melakukan gathering di kampung sampireun.
- Menjelaskan tentang kampung sampireun kepada tamu yang showing.

2.3. Deskripsi Humas

Dengan adanya Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang penulis laksanakan di PT. Kampung Sampireun Resort & Spa penulis memperoleh banyak kesempatan untuk mengaplikasikan keilmuan humas yang penulis dapatkan dari mata kuliah yang ada di Universitas. Penulis dapat secara langsung mempraktekan teori kehumasan yang telah dipelajari di universita seperti komunikasi verbal dan non verbal. Sehingga penulis tidak hanya mengetahui teori-teori kehumasan dalam bentuk teori-teori saja tetapi merasakan juga dalam dunia kerja.

Secara sederhana, Humas dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi dua arah yang sering terjadi pada suatu lembaga organisasi, baik komunikasi internal maupun eksternal dari organisasi tersebut. Dalam ilmu kehumasan, kita juga dapat mengetahui tentang apa yang dimaksud dengan humas, karakteristik humas, tujuan humas, fungsi humas dan tugas humas.

2.3.1 Definisi Humas

Humas adalah aktivitas komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan/organisasi), yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu/kerja sama untuk tercapainya citra positif perusahaan. Humas dianalogikan sebagai corong perusahaan, pusat informasi ke luar dan ke dalam ("menangani" wartawan/pers, mengelola majalah perusahaan, menerima/menangani pengaduan masyarakat dan karyawan, mendokumentasikan kegiatan-kegiatan perusahaan), kepanjangan tangan pimpinan perusahaan dalam hal komunikasi, dan sebagainya. Divisi humas secara logika harus jelas pengorganisasiannya. Pengorganisasian berarti berbicara tentang struktur organisasi, *job description*, tanggung jawab dan wewenangnya serta system kerjanya. Ada banyak macam struktur organisasi divisi humas. Mulai dari tingkatan strukturnya di perusahaan, jumlah jabatan, dan personalia yang ada. Dari tingkatan strukturnya di dalam struktur perusahaan, divisi humas ada yang berada di level menengah, atas, maupun bawah (*lower*).

Pengertian Public Relations secara harfiah adalah gabungan dari dua buah kata yaitu *Public* yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia dengan kata "Publik". *Relations* diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah "hubungan" dalam arti menyangkut banyak hubungan.

Dari Pengertian “Public” seperti telah dijelaskan di atas, dapatlah memberikan gambaran bahwa bentuk kelompok seperti itu di dalam bahasa indonesia belum ada namanya. Karena itu dikalangan Ilmiah istilah “Public” itu diserap kedalam bahasa Indonesia yaitu dengan sebutan “Publik”, dengan menyusaikan ejaan bahasa Indonesia. Demikian pula hal dalam bahasa Inggris kata “public” diserap dari bahasa latin “Publicus”. Yang kemudian disesuaikan dengan ejaan bahasa Inggris yaitu “Public”.

Pengertian Public Relations secara harfiah adalah gabungan dari dua buah kata yaitu “Public” : yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia dengan kata “Public” namun prinsip pengertian public adalah seperti yang telah dijelaskan di muka. “Relations” : diterjemahkan dalam bahasa adalah “hubungan-hubungan” dalam arti menyangkut banyak hubungan.

Dengan pengertian diatas Public Relations jika dilihat diterjemahkan dari asal katanya hubungan adalah “Hubungan-Hubungan antara public” atau singkatnya “Hubungan-Hubungan public” atau pihak-pihak yang berkepentingan di dalam suatu perusahaan. Hubungan yang efektif antara pihak-pihak yang berkepentingan itu adalah penting sekali demi tercapainya kepentingan dan kepuasan bersama.

Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa pengertian dari PR mencakup kepada pengertian sebagai berikut :

1. PR itu adalah suatu proses komunikasi

2. PR adalah falsafah social manajemen ketika mengambil suatu keputusan bagi suatu kebijaksanaan.
3. Dalam prakteknya PR menjalankan fungsi – fungsi manajemen yaitu *Planning, Organizing, Actuating, Control*
4. Dilihat dari prosesnya PR mempunyai dua bentuk kegiatan yaitu internal PR atau *Internal Comunications (Hubungan Internal), dan eksternal Communications* (Hubungan Eksternal).

Hubungan antar publik dengan suatu badan ada yang langsung (*direct*) ada yang tidak langsung (*indirect*). Publik yang mempunyai hubungan langsung dengan suatu instansi atau perusahaan adalah para karyawan. Publik ini disebut " *Employee Public* ". Hubunagn suatu instansi atau perusahaan dengan publik yang terdekat lainnya disamping " *Employee Public* " adalah dengan publik sekitar badan itu, publik ini disebut " *Community Public* " selain mempunyai hubungan dengan publik– publik ini, suatu badan mungkin juga mempunyai hubungan dengan " *Foreign Public* " atau dengan para pemegang saham " *Stockholder Public* ".

2.3.2 Ciri-ciri Humas

Ciri-ciri dari Public relations Yakni dari komunikasi dalam *Public Relations* yang bersifat timbal balik (*two-way traffic*). Komunikasi yang bersifat timbal-balik ini sangat penting dan mutlak harus ada dalam kegiatan *Public Relations*, dan terciptanya *feedback* merupakan prinsip pokok dalam *Public Relations.*

Adapun Ciri-ciri yang harus dipenuhi seorang Public Relations adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan mengamati dan menganalisis persoalan
2. Kemampuan menarik perhatian
3. Kemampuan mempengaruhi pendapat
4. Kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling percaya

2.3.3 Tugas Humas

Ada tiga tugas humas dalam organisasi/lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas. Ketiga tugas tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik*

   Kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi/lembaga. Kecenderungan perilaku publik diklasifikasikan dengan baik oleh Frank Jeffkins menjadi 4 (empat) situasi/kondisi kecenderungan publik yang dihadapi oleh humas, yakni tidak tahu, apatis, prasangka, dan memusuhi. Mengacu pada klasifikasi publik menurut Jeffkins tersebut, maka tugas humas adalah merubah public yang tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang berprasangka menjadi menerima, dan yang memusuhi menjadi simpati.

2. *Mempertemukan kepentingan organisasi/lembaga dengan kepentingan publik*

Kepentingan organisasi/lembaga dapat jadi jauh berbeda dengan kepentingan publik dan sebaliknya, namun dapat juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingannya sama. Dalam kondisi yang manapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan ini menjadi saling dimengerti, dipahami, dihormati, dan dilaksanakan. Bila kepentingannya berbeda, maka humas dapat bertugas untuk menghubungkannya.

3. *Mengevaluasi program-program organisasi/lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik*

   Tugas mengevaluasi program manajemen ini mensyaratkan kedudukan dan wewenang humas yang tinggi dan luas. Karena tugas ini dapat berarti humas memiliki wewenang untuk member nasihat apakah suatu program sebaiknya diteruskan ataukah ditunda ataukah dihentikan. Disini humas bertugas untuk senantiasa memonitor semua program.

2.3.4 Karakteristik Humas

Mencermati definisi humas pada pembahasan sebelumnya, dapat diuraikan bahwa ada 4 (empat) ciri utama humas yang disebut sebagai karakteristik humas. Melalui karakteristik inilah kita dapat menilai apakah suatu aktivitas komunikasi dapat dikatakan humas atau bukan.

1. Adanya Upaya Komunikasi yang Bersifat Dua Arah

Menurut Kusumastuti dalam bukunya yang berjudul Dasar-dasar Humas yang mengatakan bahwa,

> "Hakikat humas adalah komunikasi. Namun, tidak semua komunikasi dapat dikatakan humas. Komunikasi yang menjadi ciri kehumasan adalah komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik".
>
> (2001:15)

Komunikasi timbal balik dalam praktik kehumasan bukan berarti komunikasi yang harus bersifat langsung, melainkan bersifat tertunda (*delayed*). Oleh karena itu, setiap upaya yang memungkinkan terjadinya arus timbal balik dapat disebut sebagai komunikasi kehumasan. Upaya-upaya tersebut misalkan dengan menyediakan sarana/media komunikasi seperti kotak surat, bulletin, atau media internal (IngGriya), suatu forum atau pertemuan yang diformat untuk terjadinya dialog semisal program orientasi bagi karyawan baru, rapat, pertemuan dan forum bebas, dan sebagainya.

2. Sifatnya yang Terencana

> "Humas adalah suatu kerja menajemen atau fungsi manajemen. Oleh karena itu, kerja humas haruslah menerapkan prinsip-prinsip manajemen, supaya hasil kerjanya dapat diukur".
>
> (Kusumastuti 2001:16)

Banyak kalangan menganggap bahwa hasil kerja humas bersifat *intangible* (abstrak) sehingga orang sulit mempercayai bahwa humas bermanfaat bagi organisasi/lembaganya. Sebab tidak diketahui apa hasil kontribusinya. Anggapan ini dikarenakan kesalahan penerapan humas kitu sendiri. Penerapan humas cenderung tidak terintegrasi dengan bagian yang lain, bahkan sering pula tidak terencana dengan baik berdasarkan kebetuhan dan kondisi yang sebenarnya (sesuai fakta). Humas dianggap mampu sebagai "tukang sihir" yang dapat seketika membuat hitam menjadi putih. Padahal humas tidak beda dengan fungsi manajemen yang lain. Yang memerlukan *fact finding*, perencanaan, pengorganisasian, aksi dan evaluasi. Artinya aktivitas humas perlu direncanakan, dirumuskan tujuannya, dan ditentukan ukuran keberhasilannya.

Sifat humas yang terencana akhirnya mengandung pengertian bahwa kerja/aktivitas humas merupakan kerja/aktivitas yang berkesinambungan, memiliki metode, terintegrasi dengan bagian lain dan hasilnya *tangible* (nyata). Syarat terencana dan berkesinambungan ini merupakan salah satu syarat yang dinilai dalam kompetisi tertinggi program PR internasional, yakni *Golden World Award for Excellence in PR* (GWA) yang diselenggarakan IPPRA (*Intenational Public Relations Association*).

3. Berorientasi pada Organisasi/Lembaga

Syarat mutlak dalam kerja humas adalah pemahaman yang tinggi terhadap visi, misi, dan budaya organisasi/lembaga. Visi, misi, dan budaya organisasi/lembaga inilah yang menjadi materi utama humas. Sehingga dapat mencapai tujuan humas dan mendukung tujuan manajemen lainnya.

4. Sasarannya adalah Publik

Sasaran humas adalah publik, yakni suatu kelompok dalam masyarakat yang memiliki karakteristrik kepentingan yang sama. Jadi, sasaran humas bukanlah perorangan. Hal ini perlu disampaikan sebab masih ada orang yang mengistilahkan PR sebagai *personal relations*. Terjemahan *Public Relations* menjadi hubungan masyarakat juga harus dibedakan dengan pengertian masyarakat sebagai "*society*". Cara termudah untuk membedakannya adalah terletak pada adanya "*interest*".

(Kusumastuti 2001:17)

Dalam praktik publik ini dikelompokkan menjadi dua, yakni internal dan publik eksternal. Publik internal meliputi publik karyawan, yakni mereka yang bekerja dalam organisasi/lembaga dengan karakteristik kepentingan berupa kesejahteraan (penghasilan), promosi jabatan atau penghargaan prestasi kerja; publik pemegang saham yang memiliki karakteristik kepentingan investasi yang aman, terjaganya aset; publik

pengelola, yang memilki kepentingan terhadap peningkatan kinerja organisasi/lembaga.

Publik eksternal, masing-masing organisasi/lembaga biasanya memiliki publik eksternal yang berbeda. Namun, pada prinsipnya publik ini berada di luar organisasi/lembaga. Publik eksternal misalnya komunitas local (tetangga) yang memiliki karakteristik kepentingan, rasa aman, rasa bangga, keindahan dan kesehatan lingkungan, kesempatan kerja, penambahan penghasilan; publik pers yang memiliki kepentingan terhadap peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita dan sumber-sumber berita; publik pemerintah yang memiliki kepentingan terhadap mitra pengelola sumber daya alam dan lingkungan, pemasukan pajak, dan penyerapan tenaga kerja.

2.3.5 Tujuan Humas

Menurut Kusumastuti dalam bukunya yang berjudul Dasar-dasar Humas yang mengatakan bahwa,

> "Humas pada hakikatnya adalah aktivitas, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan kognisi, afeksi dan perilaku komunikannya. Bila kita bawa kedalam tujuan humas, maka tujuan humas adalah terjaga dan terbentuknya kognisi, afeksi, dan perilaku positif publik terhadap organisasi/lembaga".
>
> (2001:20)

Namun, karena kata "*relations*" menunjukkan kata kerja aktif, maka harus dilihat tujuan ini berdasarkan kepentingan kedua belah pihak (organisasi dan publik). Artinya, meskipun humas pada dasarnya "milik" organisasi/lembaga yang membayarnya, namun tujuan humas hendaknya dipandang sebagai tujuan yang netral atau bersifat katalisator antara tujuan organisasi/lembaga dengan tujuan publik. Dengan demikian, rumusan yang paling tepat mengenai tujuan humas adalah sebagai berikut:

1. Terpelihara dan Terbentuknya Saling Pengertian

Saling pengertian dimulai dari saling mengetahui atau mengenal. Tujuan humas pada akhirnya adalah membuat publik/organisasi saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentungan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan haruslah menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling kenal dan mengerti tersebut. Sifat komunikasinya cennderung informatif saja.

Pada hubungan ini, pertama humas harus dapat menginformasikan tentang siapa, dimana, apa organisasi/lembaga kita, dan kepentingan organisasi/lembaga kepada pers. Biasanya berkaitan dengan publisitas, dan disisi lainnya humas juga harus dapat memberikan informasi kepada manajemen/*decision maker* tentang siapa saja pers, cara kerjanya, manajemennya, dan kepentingan pers kepada organisasi/lembaganya yang berkaitan dengan tersedianya fakta/peristiwa yang memiliki nilai berita dan

tersedianya sumber berita. Tugas humas kemudian adalah mempertemukan dua kepentingan untyum saling mengerti.

2. Menjaga dan Membentuk Saling Percaya

Bila tujuan pertama mengarah pada penguatan dan petubahan pengetahuan (kognisi), maka tujuan berikutnya adalah lebih pada tujuan emosi, yakni pada sikap (afeksi) saling percaya (*mutual confidence*).

Sikap saling percaya keberadaanya masih bersifat laten (tersembunyi), yakni ada pada keyakinan seseorang (publik) akan "kebaikan/ketulusan" orang lain (organisasi/lembaga) dan juga pada keyakinan organisasi/lembaga akan "kebaikan/ketulusan" publiknya.

Kebaikan/ketulusan masing-masing dapat diukur dengan etika moral maupun materiil yang ditanamkan dan ditunjukkan masing-masing. Disinilah humas menggunakan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Dia mempersuasi publik untuk percaya kepada organisasi/lembaga, sebaliknya juga organisasi/lembaga untuk percaya kepada publiknya.

3. Memelihara dan Menciptakan Kerja Sama

Tujuan berikutnya adalah dengan komunikasi diharapkan akan terbentuknya batuan dan kerja sama nyata. Artinya, banyuan dan kerja sama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan tertentu.

Dalam contoh hubungan dengan pers (*external public relations*), aspek psikomotoris dapat dilihat dari usaha humas sebagai wakil

organisasi/lembaga untuk senantiasa terbuka terhadap pers yang menginginkan fakta, tidak mempersulit kerja pers dalam mendapat informasi dan menghubungi sumber berita, bahkan bila mungkin humas member ide kepada pers. Begitu pula kepada organisasi/lembaga humas dapat menampilkan kerja pers sebagai sumber berita, bahkan bila perlu pers dapat menunjukkan bantuannya dalam menampilkan profil organisasi/lembaga melalui publisitas yang positif.

Mengacu pada tiga tujuan tersebut, maka dapat diambil kesumpulan bahwa setelah pengetahuan/pikiran terbuka, emosi/kepercayaan disentuh maka selanjutnya perilaku positif dapat diraih. Pada akhirnya, semua itu kembali pada tujuan yang lebih besar/utama, yakni terbentuknya citra/*image* yang *favourable* terhadap organisasi/lembaga dimana humas berada.

2.3.6 Fungsi Humas

Berbicara fungsi berarti berbicara masalah kegunaan humas dalam mencapai tujuan organisasi/lembaga. konstruktif dan fungsi korektif".

1. Fungsi Konstruktif

Djanalis menganalogikan fungsi ini sebagai "perata jalan". Jadi, humas merupakan "garda" terdepan yang dibelakangnya terdiri dari "rombongan" tujuan-tujuan perusahaan. Ada tujuan *marketing*, tujuan produksi, tujuan personalia, dan sebagainya. Peranan humas dalam hal ini mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan organisasi/lembaga, humas

menyiapkan “mental” organisasi/lembaga untuk memahami kepentingan publik, humas mengevaluasi perilaku publik maupun organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen, humas menyiapkan prakondisi untuk mencapai saling pengertian, saling percaya dan saling membantu terhadap tujuan-tujuan publik organisasi/lembaga yang diwakilinya. Fungsi konstruktif ini mendorong humas membuat aktivitas ataupun kegiatan-kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Termasuk di sini humas bertindak secara preventif (mencegah).

2. Fungsi Korektif

Apabila sebuah organisasi/lembaga terjadi masalah-masalah (krisis) dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut

Selain itu juaga fungsi humas yaitu:

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajeman organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi denga publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, perserpsi, dan tanggpan masyarakat terhadap organiasasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.

5. menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (2006 : 19).

Meski terdapat perbedaan penekanan dalam unsure–unsure pokok dalam definisi Public Relations terdapat banyak kesamaan dalam unsur – unsur pokok dalam definisi Public Relations terdapat banyak kesamaan dalam unsure – unsure utamanya yang menyangkut :

- Fungsi manajemen melekat yang menggunakan penelitian dan perencanaan yang mengikuti standar – standar etis
- Suatu proses yang mencakup hubungan timbale balik antara organisasi dan publiknya (*reciprocal two way traffic communication).*
- Konseling manajemen untuk dapat memastikan kebijaksanaan dan tata cara kegiatan dapat dipertanggung jawabkan secara social dalam konteks demi kepentingan bersama bagi kedua belah pihak.
- Analisis dan evaluasi melalui penelitian lapangan terhadap sikap, opini, dan kecenderungan social serta mengkomunikasikannya kepada pihak manajemen atau pimpinan.
- Pelaksanaan program aktivitas yang didalamnya terdapat perencanaan pengkomunikasian dan pengevaluasian.
- Perencanaan dengan itikad yang baik saling pengertian dan penerimaan dari pihak publiknya sebagai hasil akhir dari aktivitas PR atau Humas.

Pada *Public Relations* melekat Dua aspek yang hakiki yang mutlak harus ada. Kedua aspek tersebut adalah :

a. Sasaran *Public Relations* adalah publik intern (*Internal Public*) dan Public Ekstren (*External Public*)

   Publik intern adalah orang-orang yang bergiat di dalam organisasi, antara lain para karyawan. *Publik ekstern* adalah orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi, misalnya para pejabat kantor Pajak, Kantor Telepon, dll.

b. Kegiatan *Public Relations* adalah komuniaksi dua arah timbal balik (*Reciprocal Two Way Traffic Communication)*

   Hal tersebut berarti bahwa dalam rangka penyampaian informasi, baik yang ditujukan kepada publik intern maupun ekstern, harus terjadi arus balik *(Feedback).* Ini berarti bahwa kepala Hubungan Masyarakat (Kahumas) harus mengetahui efek atau akibat penyampaian informasinya itu, apakah ditanggapi publik secara positif atau secara negatif.

   Dari pemaparan definisi dan fungsi PR dapat ditarik kesimpulan bahwa ciri khas proses dan fungsi manajemen humas adalah :

   1. Menunjukan kegiatan tertentu (*action*)
   2. Kegiatan yang jelas (*activities*)
   3. Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*)

4. Terdapat kepentingan tertentu (*Important*)
5. Adanya kepentingan bersama (*Common Interest*)
6. Terdapat komunikasi dua arah timbale balik (*reciprocal two ways traffic communications*

2.4. Analisa kegiatan Humas

Dalam melakukan kerja praktek lapangan penulis tidak lupa untuk menganalisis kegiatan humas yang berada di front office. Walaupun penulis melakukan kerja praktek lapangan tidak di divisi Humas melainkan di divisi *Front Office* tetapi ada juga kegiatan Humas nya. Dalam melakukan tugasnya dalam sehari-hari karayawan di divisi front office melakukan seperti menerima tamu yang akan menginap. Kesan pertama menentukan kedepannya, inilah yang dilakukan karyawan divisi front office untuk menjaga citra hotel maupun untuk membangun citra yang bagus di depan konsumen.

Semua karyawan di front office mengerti bahwa bagian terpenting dari sebuah hotel adalah dari segi pelayanan. Maka dari itu karyawan dan penulis sangat penting memperhatikan keinginan tamu dan kenyamanan tamu. Selain kegiatan humas ada juga kegiatam komunikasi verbal dan non verbal yang dilakukan karyawan front office yang telah diteliti oleh penulis.

2.5 Analisa Pelayanan Kampung Sampireun Resort & Spa Pada Mahasiswa PKL

PT. Kampung Sampireun Resort & Spa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ataupun perhotelan. Dalam kesempatan ini penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Kampung Sampireun Resort & Spa di bagian *front office* walaupun bukan dibagian humas. Tetapi di bagian *front office* banyak terjadi kegiatan humas. Selama PKL penulis mendapatkan pelayanan yang baik sehingga penulis merasa nyaman dalam melaksanakan PKL di PT. Kampung Sampireun Resort & Spa.

Selama penulis melaksanakan PKL di PT. Kampung Sampireun Resort & Spa, penulis mendapat dukungan dan motivasi dari seluruh pegawai di PT. Kampung Sampireun Resort & Spa. Mereka juga memberikan pelayanan yang bermanfaat bagi penulis. Misalnya memberikan pengarahan bagaimana berbicara yang baik dan benar dengan tamu, agar tamu merasa nyaman, selain itu juga penulis diberikan pengarahan bagaimana berbicara dan memperkenalkan produk hotel kepada costumer melalui telfon.

Dengan pengarahan yang tepat dari para karyawan Kampung Sampireun Resort & Spa saya merasakan kehangatan pada saat melakukan praktek kerja lapangan, sehingga saya merasa betah melakukan PKL di Kampung Sampireun Resort & Spa. Dalam hal ini karyawan di Kampung Sampireun Resort & Spa mempunyai rasa saling menghargai dan mempunyai kerja sama yang kuat.

Khususnya para karyawan yang bekerja di Dept *Front Office*, mereka selalu mau berbagi apabila mendapatkan rejeki dari tamu kepada mahasiswa PKL. Selain itu juga mahasiswa PKL juga diajak pergi main bersama atau gathering ke pemandian air hangat. Dalam hal ini saya sangat beruntung pernah mengenal dan bekerja sama dengan karyawan *Dept Front Office* khususnya dan karyawan serta jajaran staff Kampung sampireun Resort & Spa.