



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Latar belakang dari laporan ini adalah ketertarikan untuk melakukan kegiatan kerja magang di Hotel Sedona Manado dengan keinginan untuk melihat aktivitas *public relations* di perusahaan perhotelan, serta untuk mengetahui peran *public relations* di Hotel Sedona Manado. Alasan memilih Hotel Sedona Manado karena hotel ini bertaraf internasional dan Hotel Sedona Manado adalah salah satu hotel *resort* berbintang empat di kawasan pinggiran kota Manado yang juga sempat dinyatakan sebagai *resort* terkemuka di Indonesia saat mengikuti pemilihan yang dilakukan oleh *World Travel Awards* serta satu-satunya hotel yang memiliki *lagoon* (pantai buatan). Melihat potensi yang dimiliki oleh hotel sedona, supaya lebih dikenal lagi Hotel Sedona memerlukan aktivitas PR dalam meningkatkan hubungan yang baik dengan para pelanggannya.

Public Relations memiliki peranan penting bagi kehidupan suatu perusahaan atau lembaga maupun organisasi. Tuntutan pencapaian hasil yang memuaskan dari kinerja perusahaan, maka aktivitas *public relations* merupakan suatu kegiatan yang ikut membangun dengan menunjukkan hal-hal yang positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan.

Menurut Fraser P. Seitel dalam (Ardianto. 2011:10) *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara arus komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerja sama suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya. Ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen; PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap

terhadap opini publik. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan.

Dalam *Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan publiknya, adanya usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan itu.

Aktivitas PR dalam sebuah perusahaan semakin dibutuhkan karena persaingan antara organisasi semakin ketat, publik juga semakin kritis dan pastinya suatu organisasi tidak mungkin berdiri sendiri tanpa dukungan dan citra publik yang berkaitan dengan aktivitas-aktivitas dan perkembangan organisasi ataupun perusahaan tersebut. Menurut Lattimore (2007:345) kegiatan *public relations* yaitu *marketing public relations, media relations, employee relations (internal communication), consumer relations, community relations, financial relations, investor relations* dan *government relations*.

Menurut Ardianto dan Rachmadi dalam (Ardianto. 2011:5). Kegiatan PR atau aktivitas PR adalah mediator yang menjembatani kepentingan organisasi, lembaga atau perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan itu sendiri. Berbagai aktivitas senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra positif. Setelah terjadinya revolusi industri, masalah penting yang dihadapi oleh lembaga ekonomi, bisnis sosial dan politik adalah masalah hubungan (*relationship*). Permasalahannya berkisar pada pertanyaan bagaimana membangun dan mengembangkan hubungan-hubungan yang baik antara lembaga-lembaga tersebut dengan publik mereka demi tercapainya tujuan lembaga, organisasi atau perusahaan.

Dengan melihat definisi PR yang telah saya uraikan diatas maka peran *Public Relations* (PR) dalam suatu organisasi ialah membangun, menjalin dan menjaga hubungan baik dengan *stakeholders* perusahaan baik internal maupun eksternal. Praktik PR sebagai komunikator yang baik

harus mencari tahu bagaimana pihak lain memandang sebuah organisasi, lembaga atau perusahaan.

Seorang PR harus mampu membina relasi atau berhubungan dan bekerjasama dengan berbagai macam orang, dan mampu menjaga komunikasi baik dengan orang-orang yang berbeda, termasuk dengan orang-orang dari berbagai tingkatan. *Public Relations* (PR) juga berperan untuk mengantisipasi masalah dalam dan luar organisasi, termasuk kemampuan untuk menyusun rencana kegiatan dan melaksanakannya dan mampu mengorganisasikan berbagai kegiatan PR.

Dengan praktik di lapangan, penulis akan lebih mengetahui bagaimana kita melakukan hal-hal selayaknya menjadi seorang PR yang akan menjaga citra dan reputasi perusahaan dan juga melakukan berbagai aktivitas *Public Relations*.

Hotel yang bernuansa *Asian Tropical beach resort* ini bernaung dibawah management Sedona Hotel International dan memiliki berbagai keunggulan tersendiri di kawasan timur Indonesia, khususnya di Sulawesi Utara. Hal itu membuat penulis tertarik untuk memahami lebih dalam mengenai aktivitas *public relations* di Hotel Sedona Manado dan tentunya terlibat dalam aktivitas tersebut.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Dengan menjalankan program kerja magang yang wajib dilakukan oleh setiap mahasiswa-mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara memiliki berbagai tujuan positif dan diharapkan dapat bermanfaat, khususnya penulis memiliki kemampuan dan penerapan ilmu di dunia profesional dalam bidang kerja *Public Relations*, yaitu :

- a. Untuk mengetahui apa saja aktivitas PR di Hotel Sedona Manado.
- b. Untuk mengetahui peran PR di Hotel Sedona Manado

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Setelah melewati tahap konsultasi dengan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi saya mendapat persetujuan untuk magang di luar daerah lebih tepatnya di Manado Sulawesi Utara. Untuk itu penulis mulai mempersiapkan berbagai keperluan yang dibutuhkan untuk melamar seperti, *curriculum vitae*, *cover letter*, surat pengantar dari universitas, transkrip nilai, serta dokumen-dokumen pendukung lainnya.

Waktu Magang: 25 Juni 2013 – 25 Agustus 2013.

Sebelum pelaksanaan kerja magang, para mahasiswa diharuskan untuk mengisi formulir KM-01 yang merupakan formulir pengajuan kerja magang yang harus ditandatangani oleh Ketua Program Studi. Kemudian, pihak universitas akan memberikan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditanda-tangani oleh Kaprodi dan disertakan bersama CV juga transkrip nilai yang akan dikirim ke perusahaan tempat melaksanakan kerja magang. Berhubung lokasi kerja magang penulis berada di luar daerah dan jauh dari universitas, maka dokumen-dokumen tersebut dikirim ke perusahaan melalui fax dan juga email. Setelah perusahaan menerima dan dinyatakan dapat mengikuti kerja magang di perusahaan mereka, maka kerja magang dapat dimulai sesuai tanggal yang telah disepakati pada Surat Pengantar Magang.

Kemudian tahap pelaksanaan, pihak perusahaan atau tempat dimana penulis melaksanakan kerja magang, mereka harus memberi surat keterangan penerimaan mahasiswa kepada pihak universitas. Hal tersebut untuk memenuhi peraturan yang sudah ditetapkan agar penulis bisa mendapatkan beberapa dokumen absen, keterangan apa yang dikerjakan selama kerja magang, dan penilaian yang diperlukan. Sehingga pada saat menjelang akhir masa kerja magang, pembimbing lapangan kerja magang diharap untuk mengisi Lembar Penilaian Kerja Magang.

Setelah menjalani praktek kerja magang selama dua bulan, pada tahap akhir ini mahasiswa diwajibkan untuk menyusun laporan tentang semua kegiatan dan pekerjaan yang dilakukan selama magang dalam bentuk laporan magang.

Dalam menyusun laporan magang, diharapkan melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing yang sebelumnya telah ditentukan dari pihak universitas siapa yang akan menjadi pembimbing dari setiap mahasiswa. Laporan kerja magang ini membahas tentang tahapan awal pelaksanaan kerja magang, jenis-jenis pekerjaan yang kita laksanakan atau kegiatan yang dilakukan selama kerja magang, hingga kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pihak universitas maupun perusahaan.

