



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

Public Relations merupakan sesuatu yang vital di dalam perusahaan dikarenakan semakin banyaknya perusahaan besar memiliki divisi *Public Relations* didalam perusahaan tersebut. *Public Relations* semakin diperlukan setiap perusahaan karena *Public Relations* dapat mengatur hubungan dengan *stakeholders* perusahaan tersebut. Berdasarkan pengalaman penulis, penulis menyimpulkan arti *stakeholders* yaitu bagian-bagian penting yang terdapat di dalam ataupun luar perusahaan yang dapat menentukan berhasil atau tidaknya masa depan sebuah perusahaan. Seperti yang telah dipelajari oleh penulis, *stakeholders* sendiri dibagi menjadi 2 yaitu *stakeholders* internal dan *stakeholders* external. Dalam kinerja seorang *Public Relations*, seorang Praktisi *Public Relations* harus mempertimbangkan segala unsur yang terdapat di dalam *stakeholders* internal dan external tersebut dalam merancang setiap aktivitas dan programnya. Berdasarkan definisi diatas, penulis ingin mengetahui lebih lanjut dan meneliti hubungan antara divisi *Public Relations* dan *stakeholders* external di tempat penulis melakukan kerja magang. Penulis mengkhususkan penelitian pada *stakeholders* external dikarenakan pentingnya menjaga hubungan dengan *stakeholders* external pada suatu perusahaan dan penulis ingin mengetahui bagaimana menjaga hubungan baik dengan *stakeholders* external tersebut.

Selama tiga bulan penulis melakukan kewajiban kerja magang di HARRIS Kelapa Gading, penulis ingin mempelajari mengenai pentingnya peran *Public Relations* dalam kehidupan perhotelan khususnya *stakeholders* external dari

HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Berdasarkan dari buku yang dibaca penulis, menurut Harlow yang di dapat dari buku “THE GLOBAL PUBLIC RELATIONS HANDBOOK” karya Krishnamurthy Sriramesh dan Devan Vercic, Public Relations memiliki arti sebagai “*Strategic Communication that different types of organizations use for establishing and maintaining symbiotic relationship with relevant publics many of whom are increasingly becoming cultural diverse*” . Menurut arti *Public Relations* diatas, *Public Relations* adalah strategi komunikasi yang digunakan di perusahaan dengan cara yang berbeda yang bertujuan untuk membangun dan mengatur hubungan dengan publik yang memiliki budaya yang beragam. Sama hal nya dengan dunia perhotel yang memiliki public yang berasal dari ebrbagai penjuru dunia yang memiliki budaya yang beragam.

Dunia hotel memiliki lingkungan atau stakeholders eksternal yang sangat beragam. *Stakeholders* external Hotel antara lain Konsumen , pihak media, dan pemerintah. Sebagai salah satu *stakeholders* external yang paling penting, konsumen di dunia Perhotelan tentu berasal dari berbagai daerah di Indonesia mapun dari mancanegara yang tentunya memiliki budaya yang berbeda. Menurut website resmi dari salah satu universitas ternama, penulis mendapat suatu pengertian mengenai *stakeholders*, “ketika *stakeholders* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholders*” (Ullman, 1985:552). Tidak berhenti pada kalimat diatas, Ullman (1985) mengatakan bahwa “organisasi akan memilih *stakeholders* yang dipandang penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya.” Sehingga seorang *Public Relations* harus dapat berhubungan baik dengan para *stakeholders* termasuk *stakeholders* eksternal yang merupakan *stakeholders* penting bagi perusahaan.

Alasan penulis memilih HARRIS Hotel & Conventions sebagai tempat melakukan kewajiban magang dikarenakan HARRIS Hotel & Conventions Kelapa

Gading adalah satu-satunya hotel berbintang 4 di daerah Sentra Bisnis Kelapa Gading. Merupakan tantangan tersendiri bagi penulis saat memilih dunia perhotelan sebagai tempat penulis melakukan kewajiban kerja magang karena seperti umumnya, dunia perhotelan sangatlah luas, penulis dapat menemukan berbagai macam budaya dan bahasa di dalam dunia perhotelan yang diyakini penulis akan mendatangkan pengalaman dan pembelajaran tersendiri bagi penulis. Dengan frekuensi menginap yang tinggi hingga 95 persen setiap bulannya, *Public Relations* merupakan suatu tantangan di dunia perhotelan dikarenakan banyaknya kegiatan yang akan dilakukan akan dilakukan. Banyaknya *stakeholders* external yang terlibat dalam lingkungan *Public Relations* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading akan menjadi tantangan penulis dalam melakukan kegiatan *Public Relations*, seperti bagaimana berinteraksi langsung dengan tamu ataupun berinteraksi dengan social media.

Selain itu, dengan mengantongi dua penghargaan bergengsi di dunia internasional merupakan alasan lain penulis memilih melakukan kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading mendapatkan Indonesia Travel Tourism Awards 2011/ 2012 “Indonesia Leading City Hotel” – Jakarta dan “Winner Certificate of Excellence 2012” by Trip Advisor. Dengan berbagai prestasi diatas, penulis sebagai *Public Relations* ingin belajar dan mengetahui berbagai kegiatan dan strategi yang ada dan dilakukan oleh HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading sebagai Hotel *Leader* di Kelapa Gading.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memiliki Maksud dan tujuan bekerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading yaitu penulis ingin terjun langsung ke dunia kerja *Public Relations* di bidang perhotelan dimana akan bertemu dan berinteraksi langsung *stakeholders* baik internal maupun external, dimana dunia perhotelan memiliki *stakeholders* external yang beragam dari berbagai penjuru Indonesia dan dunia, yang tentunya setiap tamu yang datang dari tempat berbeda memiliki budaya dan bahasa yang berbeda. Selain itu penulis juga belajar bagaimana seorang *Public Relations* bekerja di dunia perhotelan dengan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan *Public Relations* seperti bagaimana melakukan publikasi, memegang akun *social media*, membuat *event*, dan bagaimana cara menanggapi keluhan pelanggan.

1.3.Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kewajiban kerja magang yang penulis lakukan sejak tanggal 2 Juli 2012 dan berakhir sampai dengan tanggal 9 Oktober 2012. Kewajiban kerja magang yang dilakukan penulis tepatnya di bagian *Public Relations* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Jam kerja magang yang dilakukan penulis adalah dari pukul 8.30 sampai pukul 18.00 Waktu Indonesia Barat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum penulis melakukan kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, penulis pertama-tama melakukan riset

perusahaan yang ingin dimasukan CV dan surat resmi pengajuan magang dari kampus. Setelah penulis memiliki beberapa daftar perusahaan, penulis mengajukan permohonan dengan mengisi formulis pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan surat pengantar surat pengantar kerja magang yang ditandatangani oleh Bertha Sri Eko selaku ketua Program Studi. Setelah menerima tanda tangan Bu Bertha di setiap surat permohonan magang, Penulis lalu mengirimkan CV beserta surat permohonan kerja magang ke HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dan beberapa perusahaan lain yang ditujukan sebagai pegangan penulis.

Setelah mendapat surat balasan yang berisikan konfirmasi dari HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading bahwa sudah berhasil diterima bekerja magang, maka penulis mencetak surat tanda diterima nya penulis di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading dan menyerahkan kertas tanda diterimanya penulis kepada Bu Bertha selaku Kaprodi. Penulis juga tidak lupa untuk mengurus seluruh surat magang yang harus ditanda tangani oleh pembimbing magang seperti formulir kehadiran kerja magang atau absensi, formulir realisasi kerja magang dimana peserta magang harus menuliskan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh peserta magang setiap minggunya, formulir laporan penilaian kerja magang dan kartu kerja magang. Seluruh formulir yang ditujukan untuk pembimbing magang diatas akan dilampirkan dan dikumpulkan di dalam laporan magang ini.

Penulis telah diberikan materi kuliah sebelumnya yang bersifat petunjuk teknis kerja magang dan penulisan laporan kerja magang, termasuk di dalamnya perilaku mahasiswa di perusahaan . adapun rincian materi kuliah sebagai berikut :

1. Pertemuan satu berisikan sistem dan prosedur kerja magang, perilaku, dan komunikasi mahasiswa dalam perusahaan.
2. Pertemuan kedua berisikan Struktur organisasi perusahaan pengumpulan data operasional perusahaan, analisis kelemahan dan keunggulan.
3. Pertemuan ketiga berisikan cara penulisan laporan, ujian kerja magang dan penilaian, cara presentasi dan Tanya jawab.

Pembimbing kerja magang di lapangan penulis adalah Ari Eka Putri selaku *Public Relations Manager* HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading. Saat penulis melakukan kerja magang di HARRIS Hotel & Conventions Kelapa Gading, Ari Eka Putri mendapatkan promosi naik jabatan sehingga sekarang Ari Eka Putri menjabat sebagai *Assistance of Director Marketing*.

UMMN