

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari kita selalu melakukan banyak kegiatan. Kegiatan yang dilakukan pun cukup beragam macam dan jenisnya. Salah satu jenis kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan komunikasi. Komunikasi sendiri menjadi aspek yang sangat penting dan kompleks dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Lubis (2013:6) Akar kata komunikasi adalah *communication*, dari kata dasar *communis*, yang berarti kesamaan makna. Banyak hal yang bisa dilakukan dalam mempermudah kegiatan komunikasi, mempermudah komunikasi dilakukan agar hal-hal yang memerlukan komunikasi menjadi jauh lebih sederhana.

Komunikasi sendiri memiliki banyak sekali bagian, salah satu bagian dari komunikasi adalah *Public Relation* (PR). Meskipun komunikasi menjadi tulang punggung utama dari hampir seluruh kegiatan PR, namun kegiatan praktek pada PR hanyalah sebuah “media” penyampai pesan antara perusahaan atau organisasi kepada khalayak ramai atau publik, tentunya untuk mencapai tujuan yang sama. *Public Relation* adalah upaya-upaya yang serba terencana dan dilakukan secara berkesinambungan (terus-menerus) dalam rangka mempertahankan niat baik (*good will*) serta sikap-sikap saling pengertian yang bersifat timbal balik (*mutual understanding*) antara suatu organisasi atau suatu perusahaan dengan segenap khalayaknya. (Jefkins, 2003:376). Selain itu juga dibutuhkan Komunikasi yang memiliki skala yang lebih besar atau yang disebut komunikasi massakomunikasi massa dibutuhkan karena seorang humas pasti akan berhubungan langsung dengan orang banyak. Menurut Mulyana (2011:83) Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat dan selintas. Meskipun khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran- saran yang sering tertunda), proses komunikasi didominasi oleh lembaga, karena lembagalah yang menentukan agendanya.

*Public Relation* (PR) merupakan kegiatan komunikasi atau hubungan baik antara pihak hotel dan juga berbagai masyarakat lingkungan, yang dilakukan untuk menjual produk hotel (Sulastiyono, 2004:270). Keberadaan *Public Relation* dalam suatu perusahaan seperti sebuah hotel yang bergerak dalam bidang *hospitality* sangatlah memegang peran penting di hotel tersebut. Hal ini dikarenakan PR sendiri yang melakukan komunikasi kepada khalayak atau publik dari hotelnya, baik komunikasi yang bersifat internal maupun yang sifatnya eksternal. Sebagai organisasi yang menghimpun kegiatan penyebaran informasi, menciptakan citra yang baik, memelihara citra yang baik, meningkatkan citra yang baik, dan memperbaiki citra perusahaan jika citra menurun (Yulianita,2005:43). Oleh karena itu dibutuhkan seorang PR yang andal dalam melakukan hubungan baik dengan masyarakat banyak maupun dengan media sekalipun sebagai pihak eksternal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Membuat dan menggarap sebuah program-program baru pasti akan dilakukan oleh seorang PR dengan konsep yang bagus dan juga menarik untuk mencapai tujuan tertentu dari sebuah hotel. Program dan juga konsep yang menarik tentu saja menjadi sebuah strategi PR yang dibangun untuk mendapatkan dan menanamkan pandangan citra yang baik terhadap hotel. Program dan konsep yang baru dan menarik tentu saja dilakukan demi mempertahankan eksistensi perusahaan di tengah persaingan bisnis yang tengah menjamur disaat-saat ini. Seperti halnya yang dirasakan oleh Hotel Salak The heritage, saat ini hotel salak The Heritage Bogor bukan lagi satu-satunya hotel yang berada di kota bogor. Menjamurnya hotel-hotel pesaing menuntut untuk setiap karyawan harus meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan citra yang baik dari hotel untuk tetap menjadikan Hotel Salak The Heritage

Citra sangatlah penting untuk diperhatikan dalam menjalankan sebuah perusahaan, menjaga citra menjadi penting karena citra merupakan gambaran yang baik dan yang buruk dari seseorang atau sebuah perusahaan di mata orang lain maupun masyarakat. Oleh karena itu seorang humas harus mampu melakukan pekerjaan yang baik dan maksimal untuk menjaga citra dari sebuah instansi. Citra yang baik tentu saja akan mendatangkan keuntungan juga untuk instansi.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka masalah yang dibahas dalam laporan akhir ini adalah :

- 1) Apa bentuk kegiatan kerja yang dilakukan oleh PR (*Public Relation*) di Hotel Salak The Heritage
- 2) Bagaimana Proses kerja seorang PR dalam meningkatkan citra di Hotel Salak The Heritage ?
- 3) Bagaimana hambatan dan solusi dalam meningkatkan citra Hotel Salak The Heritage ?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang maka tujuan yang dibahas dalam laporan akhir ini adalah :

- Mengetahui bentuk kegiatan kerja staff PR-P di Hotel Salak The Heritage
- Mengetahui semua proses kerja staff PR-P guna meningkatkan citra di Hotel Salak The Heritage
- Mengetahui setiap hambatan yang dihadapi dalam bidang kehumasan dan memahami solusi yang dilakukan untuk menghadapi hal tersebut.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta milik Institut Pertanian Bogor

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.