



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan pengiriman pesan atau berita antara dua orang atau lebih. Menurut Rekho dan Alvin (2020) komunikasi bisa terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung terjadi secara verbal atau lisan yaitu melalui perkataan yang disampaikan secara langsung antar dua pihak. Sedangkan komunikasi tidak langsung bisa dilakukan melalui tulisan maupun bahasa non verbal seperti mimik dan gerak-gerik badan. Kegiatan komunikasi selalu terjadi dalam kegiatan sehari-hari, terutama dalam kehidupan *Public Relations* (PR), Assumpta (2005).

Majelis Humas Dunia (World Assembly of Public Relations) dalam Morisson (2010), PR adalah ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi atau khalayaknya. Praktisi PR bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan.

PR memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Menurut Assumpta (2005), PR sangat erat hubungannya dengan perkembangan sosial, ekonomi dan perusahaan yang berada diberbagai Negara. PR dalam kegiatannya bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian dan citra baik dari publik.

Citra perusahaan menggambarkan persepsi masyarakat berupa kesan dan perasaan terhadap sebuah perusahaan. Citra menunjukkan bagaimana orang memandang perusahaan berasal dari proses penyerapan informasi yang didapatkan dari pelayanan perusahaan, Rekho dan Alvin (2020).

Praktisi PR adalah seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, untuk memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sebuah perusahaan. Divisi PR dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk membangun hubungan dengan berbagai pihak. Kegiatan PR bukan hanya untuk memperoleh keuntungan pribadi dengan memanfaatkan media agar mendapatkan sebuah pemberitaan, lebih dari itu PR harus memiliki strategi agar perusahaan dapat diketahui berbagai pihak yang berhubungan dengan perusahaan.

Strategi *Public Relations* merupakan salah satu upaya agar perusahaan mendapatkan citra positif dikalangan publik. Khususnya perusahaan dibidang jasa seperti hotel, harus pandai menentukan target dan mengelola informasi yang baik agar pelanggan merasa puas lalu terbentuknya citra positif perusahaan. Strategi PR saat ini lebih mengarah kepada komunikasi, sehingga kegiatan PR memerlukan strategi yang perlu dirancang sebaik mungkin dengan memperhatikan dan mengoptimalkan hal-hal yang mempengaruhi terbentuknya citra perusahaan.

Hotel Salak *The Heritage* adalah suatu bidang usaha yang masuk dalam kelompok *hospitality industry*. Menurut Yuni *et al* (2021), Industri perhotelan merupakan *industry* dalam bidang jasa yang memadukan antara produk dan pelayanan. Ciri dalam kelompok industri ini adalah adanya unsur pelayanan (jasa) yang ditawarkan kepada pelanggan. Mengingat sudah semakin banyak *competitor*

di kota bogor, Hotel Salak *The Heritage* berusaha meningkatkan mutu kinerja karyawan dengan baik dan lancar.

Strategi yang tepat merupakan suatu hal yang dibutuhkan agar mencapai sebuah tujuan yang sudah ditetapkan, dengan begitu perusahaan dapat dengan mudah mendapatkan keuntungan.

Hotel Salak *The Heritage* mempunyai tujuan bisnis yaitu menciptakan keuntungan melalui penciptaan dan pemeliharaan kepuasan pelanggan melalui jasa yang ditawarkan. Divisi PR bertanggung jawab dalam menciptakan strategi untuk membangun citra perusahaan melalui informasi yang kreatif, inovatif dan informatif. Keterampilan dalam merancang pesan serta pemilihan media yang tepat harus mampu dilakukan oleh Divisi PR agar mampu tercipta efektifitas dan efisiensi, maka dari itu dibutuhkan juga kemampuan manajerial serta kekompakan Divisi PR agar target yang ditetapkan oleh perusahaan dapat tercapai.

Hambatan dan kendala dalam membangun citra perusahaan yang dilakukan Divisi PR masih terdapat dan ditemukan, mulai dari proses perancangan informasi kepada media, kerjasama hingga pelaksanaan. Untuk itu Divisi PR memiliki tanggung jawab penting dalam membangun citra perusahaan kepada publik dengan melalui strategi yang baik agar terciptanya hubungan baik pula antara perusahaan dengan khalayak.

Rumusan Masalah

Suatu pembahasan laporan akhir dilakukan karena adanya permasalahan. Berdasarkan apa yang sudah ditulis pada latar belakang Berikut adalah rumusan masalah yang akan dibahas pada Laporan Akhir ini:

- 1) Bagaimana strategi yang dilakukan *Public Relations* Hotel Salak *The Heritage* dalam membangun citra perusahaan?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi pada strategi *Public Relations* Hotel Salak *The Heritage* dalam membangun citra perusahaan?

Tujuan

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah yang telah ditentukan dengan berdasarkan latar belakang, maka tujuan dari laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan strategi yang dilakukan *Public Relations* Hotel Salak *The Heritage* dalam membangun citra perusahaan.
- 2) Membahas hambatan pada strategi *Public Relations* Hotel Salak *The Heritage* dalam membangun citra perusahaan beserta solusinya.

Manfaat

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat dan kontribusi yang berguna baik secara teoritis maupun praktis.

- 1) Manfaat Teoritis
Bidang akademisi komunikasi dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya tentang *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan.



- 2) **Manfaat Praktis**
Hasil penulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi yang dapat membantu dan memberikan informasi mengenai Strategi *Public Relations* dalam membangun cira perusahaan pada bidang *Public Relations*.

METODE

Lokasi dan Waktu PKL

Lokasi pengumpulan data dalam menyelesaikan laporan akhir dengan Judul Strategi *Public Relations* Hotel Salak *The Heritage* dalam membangun citra perusahaan ini diperoleh pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Hotel Salak *The Heritage* yang beralamat di Jl. Ir. H. Djuanda No.8, RT.01/RW.01, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, 16121, Jawa Barat, Indonesia. Pelaksanaan pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini dilaksanakan selama 40 hari, terhitung mulai tanggal 2 Februari 2022 hingga 2 April 2022. Waktu pelaksanaan disesuaikan dengan peraturan kerja instansi yang berlaku untuk divisi *Public Relations* hotel, yaitu hari Senin sampai Jum'at pukul 08.00-16.00 dan khusus di hari sabtu dari jam 08.00 hingga 13.00 WIB.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Data merupakan sumber informasi berupa fakta yang didapatkan dari hasil Praktik Kerja Lapangan. Data merupakan salah satu hal terpenting yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang akan dibahas, serta mampu digunakan sebagai bukti dari permasalahan yang akan dibahas. Data juga tidak terlepas dari instrumen, karena instrumen merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh sebuah data. Jenis data dan instrumen yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini ialah sebagai berikut:

- 1) **Data**
 - a) **Data primer** merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dalam hal ini didapatkan langsung dari lapangan. Data primer didapatkan dari hasil pengamatan langsung serta ikut berperan sebagai Divisi *Public Relations* di Hotel Salak *The Heritage*.
 - b) **Data Sekunder** merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau oleh pihak lain dan sudah diolah. Data didapatkan dari buku, website, dan sumber lain yang terkait dalam pembahasan yang ditulis.
- 2) **Instrumen**
Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk mendapatkan berbagai informasi sebagai sumber dalam penulisan Laporan Akhir ini, seperti daftar pertanyaan yang digunakan saat wawancara, kamera untuk kegiatan dokumentasi dan *handphone* untuk alat perekaman, serta segala sesuatu yang mendukung untuk mendapatkan informasi.