

**LAPORAN AKHIR  
KULIAH KERJA LAPANGAN  
PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA  
THE CREW HOTEL**



**Disusun oleh :**

**MIKA FERAWATI NAINGGOLAN**

**( 178530135 )**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fak.Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, tanggal 10 Agustus 2020

Medan, 12 Agustus 2020

Mahasiswa Pelaksana KKL



(Mika Ferawati Nainggolan)

Dosen Pemb.Lapangan



(Ria Wuri Andary M.Ikom)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ilma Saakinah Tamsil M.Coom)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karuniannya-Nya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini hingga penyusunan laporan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan sehingga penyusun mampu menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini, semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafa'at dalam menuntut ilmu.

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Medan Area
3. Ibu Ilma Saakinah Tamsil M.Comm , selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area
4. Bapak Drs. Afwandi, selaku Pembimbing/Manager pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL)
5. Bapak Rusli Wijaya, selaku Owner The Crew Hotel beserta staf yang telah mendukung semua program yang dijalankan.
6. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu dari pelaksanaan KKL hingga tersusunnya laporan ini.

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini, penulis susun berdasarkan apa yang telah di jalankan selama melaksanakan KKL di The Crew Hotel yang beralamat di Jalan Arteri Bandara Kualanamu No 15 Medan yang dilaksanakan selama 30 hari yaitu, mulai tanggal 13 Juli hingga 12 Agustus 2020

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) merupakan sebuah implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu darma pendidikan dan pengajaran yang telah dilaksanakan pada kegiatan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL), darma penelitian yang masih dalam proses dan darma pengabdian masyarakat yang

dilaksanakan dalam KKL. Hal tersebut merupakan salah satu syarat yang harus ditempuh mahasiswa dalam menempuh program pendidikan S1, yang telah ditetapkan oleh pihak akademik. Dengan demikian mahasiswa wajib melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan dan menyusun laporan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan. Kegiatan yang telah diprogramkan dapat dilaksanakan dengan baik atas kerja sama dari berbagai pihak, terutama staf The Crew Hotel dan pelanggan/tamu hotel.

Dalam penyusunan laporan ini, kami menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi susunan serta cara penulisan laporan ini, karenanya saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ini sangat kami harapkan.

Akhirnya, semoga laporan ini bisa bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan juga bermanfaat bagi penyusun pada khususnya.

Medan, 12 Agustus 2020

Penyusun

## DAFTAR ISI

	Hal.
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Pelaksanaan KKL.....	3
1.3. Bidang yang diminati.....	3
1.4. Target KKL .....	4
1.5. Alasan memilih KKL .....	4
<b>BAB II LOKASI KEGIATAN.....</b>	<b>5</b>
2.1. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan .....	5
2.2. Lokasi Praktik Kerja Lapangan.....	5
2.3. Gambaran Umum The Crew Hotel .....	5
2.4. Struktur Organisasi.....	7
2.5. Visi, Misi dan Motto The Crew Hotel.....	7
<b>BAB III PELAKSANAAN PROGRAM.....</b>	<b>8</b>
3.1. Pelaksanaan KKL.....	8
3.2. Tugas-tugas selama KKL.....	8
3.3. Hasil pelaksanaan Kuliah kerja lapangan.....	10
3.3.1. Identifikasi tugas yang relevan .....	10
3.3.2. Identifikasi Keterampilan Baru yang diperoleh.....	10
3.3.3. Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah kerja lapangan.....	12
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>13</b>
4.1. Analisis Terhadap Aktivitas KKL.....	13
4.2. Komunikasi .....	13
4.3. Tujuan Komunikasi.....	15
4.4. Pengertian Public Relations .....	15
4.5. Teori Teori Dalam Public Relation.....	17
4.6. Fungsi Public Relations.....	21

4.7. Management Public Relations.....	21
4.8. Pengertian Citra.....	22
4.8.1. Proses Pembentukan Citra.....	23
4.8.2. Jenis Citra.....	24
4.8.3. Citra Perusahaan.....	25
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>26</b>
5.1. KESIMPULAN.....	26
5.2. SARAN.....	27
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>28</b>
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN.....</b>	<b>29</b>
<b>DOKUMENTASI KEGIATAN KKL.....</b>	<b>35</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area adalah salah satu program studi yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kegiatan Kuliah kerja lapangan (PKL). Kuliah kerja lapangan ini dimasukkan sebagai mata kuliah wajib pada Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area pada semester VI dengan bobot 3 SKS.

Adapun kuliah kerja lapangan tersebut dimaksudkan untuk memperkenalkan mahasiswa kepada realitas dunia kerja khususnya di bidang ilmu komunikasi. Bagi mahasiswa, kegiatan PKL harus dirasakan sebagai pengalaman belajar yang baru untuk menerapkan semua bekal ilmu yang telah diterima dalam berinteraksi dengan lingkungan kerja agar memperoleh pemahaman bagaimana menempatkan diri sesuai dengan bidang kerja yang dipilih.

Melalui program kuliah kerja lapangan/magang ini setiap mahasiswa memiliki kesempatan untuk memahami serta merasakan bagaimana pekerjaan yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Mahasiswa kemudian akan memadukan antara teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dengan praktek di lapangan. Perpaduan antara teori dan praktek di lapangan inilah, yang akan memacu jiwa dan mental setiap mahasiswa untuk senantiasa siap menghadapi dunia kerja yang dinamis dan kompetitif.

Disamping dapat mempraktekkan pengetahuannya di lapangan, mahasiswa juga dapat menimba pengalaman kerja dari para pegawai yang berada di tempat kerja praktek baik secara teknis maupun non teknis. Selain itu mahasiswa juga akan mengalami proses perkembangan kemampuan berkomunikasi guna mempersiapkan diri memasuki dunia kerja profesional. Dengan mengikuti Kuliah kerja lapangan ini mahasiswa nantinya diharapkan akan siap dan mampu untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

Hotel adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamunya yang menginap seperti pelayanan rapat kantor, makan dan minum, serta rekreasi. Dalam perkembangannya hotel-hotel khususnya di Medan, sudah sangat baik dari segi fasilitas maupun pelayanannya . Fasilitas yang baik dan lengkap tentu akan memberikan kepuasan kepada tamu yang menginap pada hotel tersebut. Hotel, industri perhotelan memiliki karakteristik lain dari industri yang biasa kita kenal, konsumen membeli jasa ini dalam jangka pendek, dipengaruhi oleh rasa emosional, sehingga pihak produsen jasa hotel perlu memelihara lingkungan fisik, strategi harga, promosi komunikasi dengan calon Pelanggan. Dalam bisnis perhotelan ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada tamu. semua yang ditawarkan itu merupakan produk hotel. Produk hotel tersebut dapat dibagi dalam beberapa bentuk seperti kamar hotel (rooms), layanan makan dan minum (food and beverage) restoran, dan fasilitas lainnya. Namun demikian, pada dasarnya produk jasa layanan hotel sudah dimulai dinikmati oleh tamu pada saat ia melakukan check in dan registrasi. Sehingga jasa hotel lebih banyak menekankan pada citra, banyak variasi produk, dan aluran distribusi.

The Crew Hotel yang merupakan hotel berbintang 3 yang berdiri lama di Medan daerah Kualanamu. Namun hal tersebut tidak menjadi kendala dalam aspek bisnis. Dimana the crew hotel memiliki fasilitas yang sangat penting dalam menunjang peningkatan pengusaha jasa dengan selalu melakukan usaha untuk menciptakan permintaan dari si pengguna jasa dan salah satunya adalah promosi. Dibutuhkan pemikiran yang kreatif dalam mempertahankan eksistensi sebuah pelayanan ditengah maraknya pusat perhotelan. karna mempertahankan sebuah citra positif terhadap persaingan hotel lainnya. Berbagai macam fasilitas yang diberikan oleh perhotelan tidak selalu mendatangkan citra positif, oleh karena itu dibutuhkan komunikasi yang baik antara pihak manajemen dan konsumen. Dalam hal ini keberadaan departemen humas (hubungan masyarakat). Atau lebih dikenal dengan sebutan PR (Public Relations) sangat dibutuhkan dan dapat membantu serta menjalankan program program perusahaan yang bertujuan untuk membuat sebuah citra positif di masyarakat.

## 1.2. Pelaksanaan KKL

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 13 Juli – 12 Agustus 2020. Dengan jadwal 7 hari kerja 1 hari off. Jam kerja terbagi kedalam 3 shift, shift I dimulai pada pukul 08:00 sampai 16:00 WIB, shift II dimulai pada pukul 16:00 sampai 00:00 WIB, shift III dimulai pada pukul 00.00 WIB - 08.00 WIB. Selama KKL Penulis ditempatkan pada bagian Front Office The Crew Hotel yang bertugas menangani tamu yang check in sampai check out, sebagai operator, mengecek dan membalas email masuk, menangani complain tamu, merekap laporan keuangan kamar dan promosi. Selama berlangsungnya pelaksanaan Kuliah kerja lapangan terdapat berbagai kegiatan yang harus dilakukan setiap harinya tetapi penulis juga menangani tugas - tugas lain yang diberikan oleh setiap karyawan di bagian tersebut.

Sebelum pelaksanaan KKL penulis harus memahami dan mematuhi segala peraturan dan tata tertib yang berlaku di The Crew Hotel Medan. Selama KKL penulis juga harus beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang ada, baik aktivitas lingkungan kerja maupun individu yang berada di lingkungan kerja. Dengan beradaptasi dan bantuan dari pembimbing serta teman-teman yang ada penulis dapat melaksanakan tugas dan aktivitas yang diberikan oleh pembimbing dengan sebaik- baiknya.

## 1.3. Bidang yang diminati.

Dalam pelaksanaan Kuliah kerja lapangan ini, mahasiswa diberikan kebebasan oleh Prodi untuk memilih sendiri perusahaan/ instansi yang akan dijadikan sebagai tempat PKL serta bidang yang menjadi minat mahasiswa PKL. Dalam hal ini penulis memilih bidang **Hubungan Masyarakat** mengambil lokasi KKL di The Crew Hotel Medan.

Bidang ini dipillih karena penulis ingin mengetahui cara kerja dan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh The Crew Hotel sebagai salah satu perusahaan hotel terbesar di Bandara Kualanamu Kabupaten Deli Serdang dalam melakukan proses hubungan masyarakat untuk membangun citra perusahaan.

Penulis juga ingin mengetahui bagaimana kinerja The Crew Hotel dalam melaksanakan hubungan masyarakat untuk menyampaikan dan menginformasikan kebijakan-kebijakan, program kerja yang telah dibuat instansi mengenai kinerja yang telah dicapai serta pembinaan hubungan baik dengan masyarakat atau publik, baik internal maupun eksternal.

#### **1.4.Target KKL**

Target yang diharapkan selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah :

1. Mampu mengetahui tugas dan tanggung jawab Front office yang baik dan benar
2. Mengetahui secara langsung cara kerja di lapangan
3. Penulis dapat secara langsung menghandel tamu dengan baik dan benar
4. Penulis dapat membedakan teori yang dapat di bangku kuliah (kampus) dengan di lapangan.
5. Penulis dapat membawa ilmu dari tempat KKL untuk bekal penulis bekerja.

#### **1.5.Alasan memilih KKL**

The Crew Hotel adalah salah satu perusahaan hotel terbesar di daerah Bandara Kualanamu, sekaligus menjadi tantangan penulis untuk mempelajari bagaimana humas yang dilakukan oleh perusahaan hotel besar ini.

Penulis tertarik untuk memilih lokasi KKL ini karena penulis ingin melihat bagaimana cara sebuah perusahaan hotel dalam humas yang baik dan benar untuk membangun citra perusahaan hotel tersebut, dan penulis juga sudah lama bekerja dan bergabung di perusahaan tersebut.

Sebagai perusahaan besar penulis berharap dapat menimba ilmu dari perusahaan hotel ini sehingga nantinya pengalaman yang didapatkan selama masa KKL dapat berguna untuk program studi ilmu komunikasi dan bagi penulis sendiri.

## **BAB II**

### **LOKASI KEGIATAN**

#### **2.1. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan**

Kegiatan Praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis adalah selama sebulan, tepatnya pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan tanggal 12 Agustus 2020.

#### **2.2. Lokasi Praktik Kerja Lapangan**

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di The Crew Hotel Medan, yang beralamat di Jalan Arteri Bandara Kualanamu No 15 Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara.

Website : [www.thecrewhotel.co.id](http://www.thecrewhotel.co.id)

#### **2.3. Gambaran Umum The Crew Hotel**

The Crew Hotel bergerak dalam bidang hotel. Perusahaan ini merupakan perusahaan hotel yang menerima tamu dalam dan luar yang member kenyamanan sekaligus dapat melakukan pekerjaan dihotel tersebut. Untuk membangun citra perusahaan The Crew Hotel diperlukan humas yang baik dan benar antara Departemen Front Office, Departemen Food and Beverage, Departemen Housekeeping, Departemen Accounting, Departemen Personalia, Departemen Engineering, Departemen Marketing dan Departemen Securiti

##### **1. Department Front Office**

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab atas pemesanan dan penjualan kamar hotel serta menangani tamu yang check in maupun check out.

##### **2. Departemen Food and Beverage**

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab atas seluruh operasional dari kegiatan pelayanan, penghidangan makanan dan minuman di hotel.

##### **3. Departemen Housekeeping**

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab atas kelancaran penyiapan kamar tamu.

4. Departemen Accounting

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab untuk mengawasi seluruh pengeluaran dan pemasukan hotel yang berhubungan dengan hotel revenue.

5. Departemen Personalia

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab atas pemilihan dan perekrutan SDM (sumber daya manusia) serta mengatasi hal-hal yang berhubungan di luar masyarakat.

6. Departemen Engineering

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab untuk memperbaiki dan melakukan perawatan barang-barang hotel yang berupa mesin.

7. Departemen Marketing

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab atas penjualan, pemasaran dari hotel dan mengawasi seluruh kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan penjualan dan pemasaran hotel.

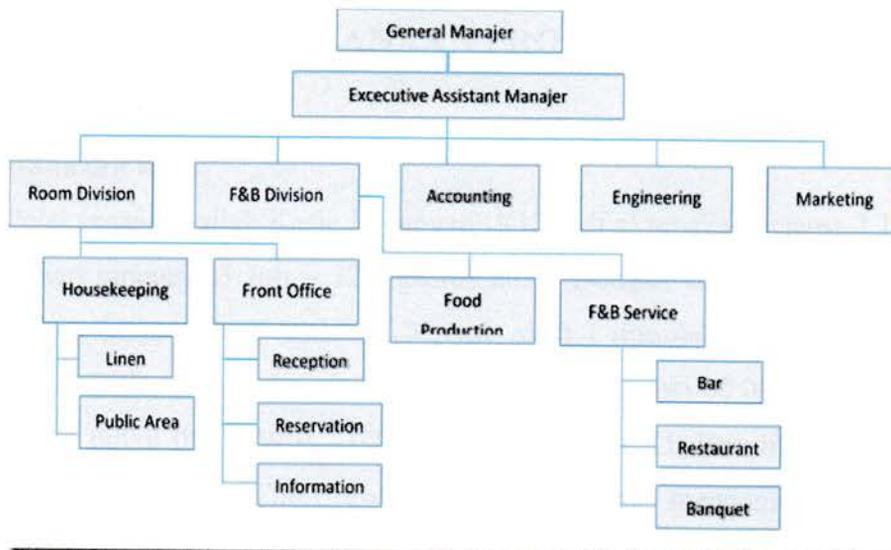
8. Departemen Sekuriti

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab menjaga dan mengatur kenyamanan hotel serta melakukan pengamanan seluruh area hotel dan ikut memantau kamar-kamar tamu.

9. Departemen Spa

Departemen yang bertugas dan bertanggung jawab atas seluruh operasional di bagian Spa di hotel dan melakukan pelayanan treatment untuk tamu yang menginap di hotel seperti massage.

## 2.4. Struktur Organisasi



## 2.5. Visi, Misi dan Motto The Crew Hotel

### Visi

1. Menjadi pilihan utama hotel bisnis berbintang tiga yang bertaraf internasional
2. Menjadi yang terbaik dengan bekerja lebih efektif, aktif dan bersemangat setiap harinya

### Misi

1. Berkomitmen memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggan/tamu hotel
2. Memberikan kenyamanan bagi tamu dan pengunjung hotel dengan melakukan penataan yang terbaik

### Motto

Enjoying Comfortable from The Crew

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PROGRAM**

#### **3.1. Pelaksanaan KKL**

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 13 Juli – 12 Agustus 2020. Dengan jadwal 7 hari kerja 1 hari off. Jam kerja terbagi kedalam 3 shift, shift I dimulai pada pukul 08:00 sampai 16:00 WIB, shift II dimulai pada pukul 16:00 sampai 00:00 WIB, shift III dimulai pada pukul 00.00 WIB - 08.00 WIB. Selama KKL Penulis ditempatkan pada bagian Front Office The Crew Hotel yang bertugas menangani tamu yang check in sampai check out, sebagai operator, mengecek dan membalas email masuk, menangani complain tamu, merekap laporan keuangan kamar dan promosi. Selama berlangsungnya pelaksanaan Kuliah kerja lapangan terdapat berbagai kegiatan yang harus dilakukan setiap harinya tetapi penulis juga menangani tugas - tugas lain yang diberikan oleh setiap karyawan di bagian tersebut.

Sebelum pelaksanaan KKL penulis harus memahami dan mematuhi segala peraturan dan tata tertib yang berlaku di The Crew Hotel Medan. Selama KKL penulis juga harus beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang ada, baik aktivitas lingkungan kerja maupun individu yang berada di lingkungan kerja. Dengan beradaptasi dan bantuan dari pembimbing serta teman-teman yang ada penulis dapat melaksanakan tugas dan aktivitas yang diberikan oleh pembimbing dengan sebaik- baiknya

#### **3.2. Tugas-tugas selama KKL**

Selama melaksanakan Kuliah kerja lapangan di The Crew Hotel Medan, penulis telah melakukan berbagai kegiatan dan beberapa tugas yang telah diberikan. Sebelum diberikan tugas penulis diberikan briefing dan training terlebih dahulu mengenai cara kerja perusahaan. Tugas dan kegiatan yang

dilakukan oleh penulis selama KKL antara lain :

- a. Menghandel Tamu
  - 1. Menyambut tamu yang datang
  - 2. Melakukan penawaran/personal selling
  - 3. Melakukan registrasi tamu
  - 4. Menerima pembayaran
  - 5. Memberikan bukti pembayaran
  
- b. Menerima email dan telpon masuk
  - 1. Mengecek email masuk dan membalas
  - 2. Mengecek bookingan travel online dan mengatur allotment room
  - 3. Mengeprint bookingan dan dokumen yang diterima
  - 4. Menerima dan merespon telpon masuk baik penawaran dan pemesanan kamar
  - 5. Mengirim penawaran melalui media sosial (WA, Instagram, FB, SMS, WhatsApp)
  
- c. Pengarsipan dokumen
  - 1. Menyusun dokumen registrasi data-data tamu regular
  - 2. Mengorder dan menandatangani dokumen barang masuk
  - 3. Menyusun dokumen Letter Guaranti tamu corporate
  - 4. Menyimpan scan-an ID Card tamu corporate
  - 5. Menyusun jadwal pengantaran dan penjemputan tamu corporate setiap hari
  - 6. Membuat rekapan penjualan kamar
  - 7. Menandatangani dan memberi stempel di BPK setiap melakukan transaksi
  - 8. Menyusun struk-struk penjualan
  - 9. Menulis laporan overhandel setiap hari di log book
  
- d. SOP The Crew Hotel
  - 1. Seluruh karyawan wajib menjalankan sop perusahaan seperti greeting, grooming
  - 2. Berpenampilan yang rapi dan bersih

3. Mengikuti meeting general setiap sebulan sekali
4. Mengikuti meeting departemen setiap dua minggu sekali
5. Mengadakan small breafing setiap pertukaran shift

### **3.3.Hasil pelaksanaan Kuliah kerja lapangan**

#### **3.3.1. Identifikasi tugas yang relevan**

Selama pelaksanaan kuliah kerja lapangan penulis merasa bahwa tugas – tugas yang diberikan oleh pihak The Crew telah sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis pelajari selama masa perkuliahan. Contohnya saat ditugaskan untuk menghadapi dan menyelesaikan complain tamu, penulis tidak terlalu menemukan kendala yang berarti dikarenakan selama masa perkuliahan penulis sudah diajarkan bagaimana cara melakukan komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok sehingga tamu tertarik dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan selama menginap di hotel.

Teori public relations juga dapat diterapkan pada KKL ini karena salah satu tugas penulis adalah mengevaluasi sikap public, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang mempunyai kepentingan public, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik. Humas memiliki dua fungsi utama, yaitu menyampaikan informasi dan berkomunikasi. Setiap kebijakan yang dibuat oleh organisasi baik publik internal maupun publik eksternal, berkaitan oleh organisasi tetapi juga berkaitan dengan apa tindakan organisasi tersebut setelah menentukan strategi tindakan. Hal ini sangat bermanfaat karena penulis harus tahu bagaimana cara menyampaikan pesan agar sampai kepada komunikan tanpa ada pemaknaan yang ambigu. Hambatan pasti selalu ada tapi dengan teori yang sudah dipelajari sebelumnya semoga tugas yang telah dijalankan selama KKL dapat memberikan hasil yang maksimal.

#### **3.3.2. Identifikasi Keterampilan Baru yang diperoleh**

Selama melaksanakan KKL penulis juga mendapatkan beberapa keterampilan baru dan pengalaman baru di dunia komunikasi perhotelan dalam hal komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok, karena sebagian besar

pekerjaan sudah pernah diajarkan dan didapatkan pada saat perkuliahan pada Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Salah satu keterampilan baru yang diperoleh saat KKL adalah :

Penulis mendapatkan keterampilan berkomunikasi yang baik yaitu bagaimana cara berkomunikasi dengan semua orang baik di dalam maupun diluar hotel. Penulis diberikan pelajaran baru secara cuma-cuma selama KKL ini tentang tanggung jawab. Dimana pendelegasian kekuasaan yang diberikan oleh The Crew Hotel mendorong karyawan untuk mengembangkan rasa memiliki. Hal ini tentu saja tidak akan penulis dapatkan pada saat perkuliahan. Penulis merasa cukup beruntung akan hal ini sebab keterampilan ini tidak hanya bisa digunakan dalam dunia pekerjaan tetapi juga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari - hari penulis. Jika suatu saat nanti penulis ingin mengembangkan komunikasi yang baik sehingga penulis bisa memanfaatkan keterampilan yang telah didapatkan secara cuma - cuma ini terhadap komunikasi interpersonal dan komunikasi publik penulis nantinya.

The Crew Hotel memang memberdayakan karyawan dengan memberikan kewenangan. Mereka percaya bahwa pendelegasian kekuasaan dan otonomi mendorong tanggung jawab. Hal ini sangat sesuai dengan filosofi bisnis yang dianut oleh perusahaan ini yaitu *Empowerment* atau pemberdayaan. Mereka tidak hanya sekedar membuat wacana ini namun memang telah merealisasikan nya secara nyata di lapangan.

Selain itu penulis Pengalaman baru yang didapatkan penulis adalah kerja keras untuk mendapatkan hasil yang baik dan pantang menyerah. Hal ini pasti tentu saja dialami semua orang dalam dunia retail . Dimana tidak selamanya usaha yang kita lakukan dapat berbuah manis dan mendapatkan hasil yang baik. Namun penulis tidak boleh menyerah. Kegagalan dalam menjual produk menjadi suatu pelajaran agar bisa lebih bersemangat lagi untuk dapat menjual produk. Kata kuncinya adalah penulis tidak boleh menyerah dan berputus asa. Tidak ada yang instant di dunia ini. Semua butuh proses dan butuh usaha keras.

### **3.3.3. Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah kerja lapangan**

Pada umumnya pelaksanaan Kuliah kerja lapangan tidaklah semudah yang penulis bayangkan karena penulis menemukan beberapa kendala saat pelaksanaan Kuliah kerja lapangan. Tidak semua pekerjaan yang diberikan dapat terselesaikan tepat waktu karena penulis harus mengutamakan pekerjaan yang sudah sangat urgent dan datang sangat mendadak serta tiba – tiba sehingga harus mengabaikan pekerjaan yang seharusnya sudah dijadwalkan dan direncanakan sebelumnya.

Selama melakukan Kuliah kerja lapangan di Crew Hotel Medan, juga mendapatkan beberapa hambatan yaitu :

1. Terbatasnya waktu KKL sehingga dalam melakukan pendataan sehingga terkesan terburu-buru dan terkejar waktu.
2. Sering terjadi tabrakan tugas karena terkadang dalam 1 hari tugas bisa datang tiba - tiba sehingga bertabrakan dengan tugas yang sudah dijadwalkan sebelumnya.
3. Kurangnya konsultasi dengan pembimbing di The Crew Hotel Medan, karena terlalu sibuk dengan tugasnya masing-masing.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1. Analisis Terhadap Aktivitas KKL**

Pada bagian ini penulis akan membahas dan menganalisis aktifitas-aktifitas yang dilaksanakan selama KKL dengan teori dan pendapat tokoh yang diperoleh selama kuliah atau dari berbagai referensi.

#### **4.2. Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersembur dari kata *communis* yang berarti sama. Disini maksudnya adalah sama makna. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia, kehidupan manusia tanpa komunikasi akan tampak hampa karena tanpa komunikasi interaksi antar manusia baik secara perorangan, kelompok ataupun organisasi tidak akan terjadi. Para pakar mendefinisikan komunikasi dalam berbagai bentuk, diantaranya adalah: Harold Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: "Who says What In Which Channel to Whoam With What Effect".

Paradigma Laswell tersebut apabila dijabarkan kedalam Humas adalah sebagai berikut: Who : Orang humas Say what : informasi atau pesan tentang suatu program In with channel : media yang akan digunakan To whom : masyarakat atau publik akan menjadi sasaran.

Pemahaman akan Informasi yang akan disebar luaskan. Dari pengertian komunikasi diatas, maka dibawah ini akan di jelaskan komponen komponen yang mencakup untuk terjadinya suatu proses komunikasi menurut Wijaya adalah sebagai berikut:

1. Komunikator (Communicator) komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, komunikasi organisasi, seperti :  
sasaran media, televisi dan sebagainya.

2. Pesan (Message) Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan, sebagai pengaruh didalam usaha mencoba mengubah tingkah laku komunikan.
3. Media (Channel) saluran atau media komunikasi merupakan sarana/ alat-alat yang dipergunakan untuk menyebar luaskan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan.
4. Komunikan (Communican) Dapat dipahami sebagai orang yang menerima pesan dari suatu proses komunikasi. Komunikan penerima pesan dapat digolongkan kedalam 4 (empat) bentuk yaitu: personal, kelompok, organisasi dan massa. Untuk lebih dapat memahami komunikan, komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan kerangka pengetahuan dan lingkup pengalaman komunikan.
5. Efek ( Effect) Yang dimaksud dengan efek komunikasi adalah berbagai perubahan yang timbul pada diri komunikan yang disebabkan oleh terjadinya komunikasi. Efek itu bisa terjadi perubahan sikap, perubahan tingkah laku atau perilaku dan sebagainya.

Menurut Everett M. Rogers, komunikasi adalah suatu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Dari definisi-definisi diatas bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan komunikator kepada komunikan, yang dimana keduanya memiliki tujuan yang sama, yakni adanya perubahan pesan yang diterima ataupun disampaikan, sehingga pesan yang disampaikan mempunyai makna yang sama.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran ini berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul di benaknya. Pikiran juga bisa merupakan keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kemarahan, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hatinya.

### **4.3. Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Pada umumnya tujuan komunikasi antara lain:

- a. Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti apa yang kita maksud.
- b. Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauanya.
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima orang lain. Kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasif bukan memaksakan kehendak.
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Dengan cara berupa mengadakan kegiatan agar masyarakat ikut berpartisipasi.

### **4.4. Pengertian Public Relations**

Public relations adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap public, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang mempunyai kepentingan public, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik. Definisi Public Relation Menurut para ahli :

Dr. Rex Harlow dalam Ruslan (2010:16) Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif.

Menurut Cutlip dan Center dalam Effendy (2009:116) PR adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

Definisi Public Relations menurut *International Public Relations Association* (IPRA) dalam Rumanti (2005:11), PR merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas.

Definisi Menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) dalam Frank Jefkins (2003:9) PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak.

Definisi Menurut Frank Jefkins (2003:9) PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Selanjutnya, beberapa pengertian Public Relations atau Humas dari beberapa pakar komunikasi di Indonesia, antara lain :

Menurut Edy Sahputra Sitepu (2011:2) menjelaskan Public Relations (PR) dalam makna yang sederhana adalah tatap muka (hubungan) antara kelompok-kelompok dalam suatu tatanan masyarakat. Menurut Maria Assumpta Rumanti (2005:7-8) PR adalah kegiatan atau aktivitas yang proses kegiatannya melalui empat tahap, yaitu penelitian yang didahului penemuan, analisis, pengolahan data dan sebagainya; perencanaan yang direncanakan; pelaksanaan yang tepat; evaluasi, penilaian setiap tahap dan evaluasi keseluruhan.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2006:23) Hubungan Masyarakat (Humas) adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara

timbang balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama.

#### 4.5. Teori – Teori Dalam Public Relation

Dalam praktik *public relations*, teori merupakan sesuatu yang dinilai penting untuk menunjang perkajaan praktisi *public relations*. Teori dapat digunakan oleh seorang praktisi *public relations* untuk menjadi pedoman pengambilan keputusan yang terkait dengan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi saat itu.

James Grunig (dalam Culbertson, Jeffers, Stone, & Terrell, 1993; dikutip di Kriyantono 2014: 9) mengatakan bahwa teori dapat digunakan oleh para praktisi untuk merencanakan program dan menggunakan kesuksesan atau kegagalan program untuk merevisi teori. Sehingga, teori dapat dianggap sebagai sesuatu yang dinamis. Selain itu, teori dalam praktik *public relations* memiliki beberapa fungsi.

Dari tulisan Carl H. Botan & Vincent Hazleton, Jr. (1989; dikutip di Kriyantono, 2014: 9) menatakan bahwa setidaknya terdapat empat fungsi teori bagi para praktisi *public relations*, yaitu, fungsi deskripsi, fungsi pemahaman, fungsi prediksi dan kontrol, serta fungsi heuristik.

Setelah mengetahui definisi teori menurut para ahli, hubungan teori dengan realitas, serta teori dalam praktik *public relations*, selanjutnya saya akan membahas mengenai teori-teori yang sudah saya sebutkan diatas. Dalam kajian teoritisnya, *public relations* memiliki banyak sekali teori, entah teori khas *public relations* maupun teori hasil dari “pinjaman” pada disiplin ilmu yang lain. Tetapi dalam tulisan ini, saya akan langsung membahas teori-teori yang telah disebutkan sebelumnya. Teori-teori tersebut yaitu:

##### 1. Teori Sistem.

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling berhubungan dan membutuhkan satu dengan lainnya, hal tersebut lah yang mendasari esensi dari teori sistem. Karna, pada dasarnya, teori sistem memfokuskan perhatian untuk memahami bagaimana kualitas fungsi yang dijalankan setiap sistem dalam suatu

relasi dinamis dengan sistem-sistem lainnya (Kriyantono, 2014: 77). Dengan kata lain, teori sistem mengatakan bahwa hal yang penting dari teori ini adalah hubungan sosialnya. Hubungan sosial yang baik merupakan hasil (*output*) dari suatu interaksi sosial yang dalam hal ini adalah interaksi antara organisasi dengan publiknya.

Praktisi *public relations* dapat menjadikan teori ini sebagai dasar menjalin hubungan dengan publiknya sebagaimana yang telah dikatakan oleh Grunig & Hunt (1984: 6; dikutip di Kriyantono, 2014) bahwa definisi *public relations* sebagai “*management of communication between an organization and it's public*” tersebut didasarkan pada pendekatan teori sistem atas *public relations*. Teori ini juga menganggap bahwa aktivitas organisasi mengakibatkan konsekuensi (dampak) bagi publiknya. Dengan kata lain, *public relations* memiliki peran yang sangat krusial dalam menjalankan hubungan dengan publiknya dan hasil yang akan didapat di publiknya seperti citra dan reputasi organisasi itu sendiri.

## 2. *Boundary Spanning*

Kriyantono (2014: 87) menyebutkan beberapa aktivitas pelaksanaan fungsi *boundary spanning* yang dapat dilakukan oleh praktisi *public relations*, yaitu:

1. Menjelaskan informasi tentang organisasi kepada publik (lingkungannya).
2. Memonitor lingkungannya sehingga mengetahui apa yang terjadi dan menginterpretasi isu-isu yang potensial memengaruhi aktivitas organisasi dan membantu manajemen merespon isu-isu tersebut melalui aktivitas manajemen.
3. Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya agar organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungannya.

## 3. *Uncertainty Reduction Theory*

Dalam praktik *public relations*, teori ini digunakan untuk meminimalisir adanya ketidakpastiaan publik terhadap suatu organisasi. Pada dasarnya,

tugas *public relations* adalah menciptakan citra dan reputasi yang positif mengenai organisasi kepada publiknya (Kriyantono, 2014: 146). Informasi yang diberikan kepada publik haruslah lengkap dan tidak boleh terpotong-potong karena informasi inilah yang akan menentukan perilaku publik terhadap organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus membantu publiknya untuk mengurangi ketidakpastian dengan lebih terbuka memberikan informasi (*self-disclosure*), sehingga publik dalam keadaan berkecukupan informasi atau *well informed* (Kriyantono, 2014: 146).

#### 4. Teori *Excellence in Public Relations*

Grunig & Hunt (1984: 25; dikutip di Kriyantono, 2014: 90) mengatakan bahwa keempat model ini merupakan “representasi tahap dalam sejarah *public relations*”.

##### a. Model Press Agency/Publisitas.

Model ini merupakan model yang menggunakan komunikasi satu arah dari organisasi kepada publiknya. Pada model ini, praktisi *public relations* lebih banyak melakukan propaganda atau kampanye untuk tujuan publisitas media yang menguntungkan pihaknya, karena pada dasarnya, *press-agentry* ini merupakan kegiatan publisitas. Tetapi, model ini sering disalahgunakan dengan berbagai cara yang salah satunya adalah “*pseudo-event*” yang dibuat untuk mengabaikan kebenaran informasi sebagai upaya untuk menutupi unsur negatif organisasi atau individu.

##### b. Model Public Information.

Model ini juga menggunakan komunikasi satu arah dan tujuan model ini yaitu untuk membangun kepercayaan publik melalui komunikasi satu arah dengan memberikan informasi kepada publik, tetapi tidak mementingkan persuasif untuk merubah sikap (Grunig & Hunt, 1984: dikutip di Kriyantono, 2014: 93). Biasanya, organisasi yang menggunakan model ini cenderung untuk memberikan informasi mengenai organisasinya (termasuk produk dan jasa) tanpa memerdulikan *feedback* dari publiknya.

##### c. Model Two-Way Asymmetric.

Berbeda dengan dua model yang awal, model *two-way asymmetric* sesuai dengan namanya, telah menggunakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Model ini beranggapan bahwa praktisi *public relations* dapat membantu organisasi memersuasi publik agar berpikir dan bertindak seperti yang dikehendaki oleh organisasi (Kriyantono, 2014: 95). Karena sifat *asymmetric* yang dimilikinya, organisasi pada model ini tidak berupaya untuk mengubah sikap dirinya, tetapi berupaya untuk mengubah sikap dan perilaku publiknya.

d. Model Two-Way Symmetric.

Meurut Fawkes, Grunig & Hunt, Horisson, dan Wehmeier (dikutip di Kriyantono, 2014: 96) mengatakan bahwa model *two-way symmetric* ini merupakan model yang paling ideal, karena mengutamakan komunikasi secara penuh dengan publiknya serta fokus pada upaya membangun hubungan dan pemahaman bersama, bukan upaya untuk memersuasi publik dengan berbagai cara. Dengan kata lain, model ini sangat memerhatikan *feedback* dari publiknya dan menganggap publiknya lebih dari sekadar publik.

Secara garis besar, model-model diatas merupakan gambaran praktisi *public relations* berkomunikasi dengan publiknya. Apabila diberi pertanyaan mengenai manakah model yang terbaik? Hal tersebut akan sulit untuk dijawab karena penggunaan model-model diatas dalam organisasi bergantung dengan faktor-faktor dan keadaan organisasinya sendiri, untuk mencapai keusa aspek tersebut, praktisi *public realtions* dituntut unutk memerhatikan dan mensyarakatkan organisasi untuk mengubah perilakunya dan manajer *public relations* harus menjadi bagina dari proses pngambilan keputusan dalam organisasi.

## 6. Teori Motivasi dan Gaya Manajerial

Gaya kepemimpinan merupakan suatu hal yang penting pada organisasi karena suetu gaya kepemimpinan yang digunakan akan memengaruhi kerja anggota organisasinya. Oleh karena itu, majaner termasuk praktisi *public relations* harus memahami gaya mnajerial yang dilakukannya. Proses komunikasi pada teori inin juga dinggap suatu hal yang penting untuk memotivasi karyawan-karyawannya dalam hal pekerjaan. Seni memotivasi yang biasanya dilakukan oleh

manajer ini juga pada dasarnya merupakan manajemen yang dilakukan oleh manajer agar orang lain melaksanakan apa yang dikehendaki oleh si manajer, sehingga Kriyantono (2014: 243) berpendapat bahwa gaya memotivasi merupakan indikator gaya manajerial.

#### **4.6.Fungsi Public Relations**

Fungsi Public Relations dalam penerapannya adalah sebagai berikut:

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan yang diwakilinya.
- b. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, baik hubungan kedalam (internal relations) maupun keluar (external relations) untuk menciptakan kerjasama.
- c. Menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dan publikasi dari organisasi kepada publik dan sebaliknya menyalurkan opini public kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan sebaik mungkin dan memberikan advis (nasihat) kepada pimpinan organisasi dengan tidak mengabaikan kepentingan umum.
- e. Bersikap bahwa tujuan dan sasaran itu dalam pengertian bukan untuk memperoleh keuntungan bersama(mutual benefit), terampil dalam memadukan keuntungan dengan tanggung jawab sosial.
- f. Bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (listening) dan bukan mengenai aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat.
- g. Bersikap dan terampil aktif dalam menterjemahkan atau mengoprasionalkan kebijakan-kebijakan perusahaan dalam arti sempit dan mengaitkan dengan kebijakan dalam arti luas.

#### **4.7.Management Public Relations**

Management Public Relations Public Relations di indonesia yang sering disebut dengan istilah Hubungan Masyarakat atau Humas, adalah sebagai sebuah payung besar dari sekian banyak bidang keahlian, sehingga sebenarnya publisitas hanya sebagian kecil dari suatu kegiatan humas. Mengacu kepada pendapat yang

dikemukakan Rahmadi (1995) bahwa Hubungan Masyarakat atau sering dianalogikan dengan Humas, pada perusahaan telah banyak memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta keterampilan Public Relations adalah sebagai kegiatan yang lebih ditujukan kepada kegiatan positive making.

Menurut Scott M. Cultip and Allen H. Center, mengungkapkan bahwa: "Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut". Menurut Ruslan (2006:15-16) mengatakan bahwa definisi humas ialah: a. "Public Relations activity is management of communications between an organization and its public". (Aktifitas Public Relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya). b. "Public Relations practice is deliberate, planed and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and public". (Praktik Public Relations adalah memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasinya dan publiknya).

#### **4.8. Pengertian Citra**

Citra merupakan tujuan pokok sebuah perusahaan. Terciptanya suatu citra perusahaan (Corporate image) yang baik dimata khalayak atau publiknya akan banyak menguntungkan. Misalnya, akan menularkan "citra" yang serupa kepada semua produk barang dan jasa yang dihasilkannya, termasuk bagi para pekerjanya (employee relations) akan menjadi suatu kebanggan tersendiri, akan menimbulkan sense of belonging terhadap company tempat mereka bekerja. Pengertian citra itu sendiri abstrak atau intangible, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian, penerimaan, kesadaran, dan pengertian. baik semacam tanda respek dan rasa hormat, dari public sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap perusahaan sebagai sebuah badan usaha ataupun terhadap personelnya (dipercaya, professional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik)

#### 4.8.1. Proses Pembentukan Citra

Proses Pembentukan Citra Sekarang ini konsep pembentukan citra dalam dunia bisnis telah berkembang menjadi perhatian para produsen. Dengan memiliki citra yang baik berarti konsumen mempunyai kesan positif terhadap suatu organisasi atau perusahaan, sedangkan citra yang kurang baik memiliki arti bahwa masyarakat mempunyai kesan negatif. Penelitian yang ada mengenai citra perusahaan telah membuktikan bahwa citra bisa diukur dan diubah. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima oleh individu atau sekelompok orang. Untuk mendukung teori teori yang ada didalam penelitian, maka penulis akan menambahkan model pembentukan citra. Model

Empat komponen (persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap) diartikan sebagai sikap individu terhadap rangsangan jika stimulus mendapat perhatian individu akan berusaha untuk mengerti rangsangan tersebut: Stimulus Respon Persepsi Sikap Motivasi Kognisi Respon Perilaku.

- a. Persepsi diartikan sebagai hasil pengalaman, terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.
- b. Kognisi diartikan suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu harus di berikan informasi rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberi informasi yang cukup mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- c. Motivasi yang ada akan menggerakkan respons seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsangan motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan tertentu.
- d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan atau diminta. Sikap mengandung aspek evaluatif yang artinya mengandung nilai

menyenangkan dan tidak menyenangkan. sikap juga dapat dirubah (Soemirat dan Ardianto, 2002:116)

#### 4.8.2. Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins, dalam bukunya Public Relations mengemukakan jenis jenis citra, antara lain:

- a. Citra bayangan (mirror image). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi, biasanya adalah pimpinanya. Mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
- b. Citra yang berlaku (current image). Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c. Citra yang diharapkan (wish image). Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
- d. Citra perusahaan (corporate image). Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Jadi bukan sekedar citra atau produk dan pelayanannya.
- e. Citra majemuk (multiple image). Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. (Jeffkins, 1992:1 menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya, jefkins menyebut bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia public relations. pengertian citra adalah abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk yang diberikan oleh publik kepada lembaga tersebut. Seperti penerimaan dan tanggapan yang positif/negatif, yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) / masyarakat luas pada umumnya. Oleh karena itu citra dari suatu lembaga

dapat terbentuk dan pada dasarnya tidak terlepas dari bentuk kualitas jasa pelayanan yang diberikan, nilai kepercayaan dari publik, goodwill (kemauan baik). Yang ditampilkan oleh lembaga yang bersangkutan. Kualitas pelayanan jasa secara optimal yang diberikan suatu organisasi kepada publiknya lambat laun citra positif yang diharapkan akan terbentuknya. Citra juga dapat terbentuk karena adanya rasa percaya diri dari publik, sikap yang profesional dari suatu lembaga serta memberikan jasa pelayanan yang baik. Citra positif adalah citra yang tercipta apabila suatu lembaga dapat dipercaya, profesional dan dapat diandalkan. Namun kebanyakan lembaga atau organisasi adalah essential, sukses yang berkelanjutan dalam jangka panjang (Soemirat, 2002:11).

#### **4.8.3. Citra Perusahaan**

Citra merupakan tujuan pokok sebuah perusahaan. Terciptanya suatu citra positif dimata khalayak tentunya akan banyak menguntungkan bagi suatu perusahaan dan akan memberikan rasa bangga bagi para pekerjanya. Sekarang ini banyak sekali perusahaan atau organisasi yang memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi perusahaan tidak hanya melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif. Kebanyakan perusahaan 36 meyakini bahwa citra merupakan esensial, sukses yang akan berkelanjutan dan dalam jangka panjang (Soemirat 2002:111). Dengan demikian apabila suatu institusi sudah mendapatkan kepercayaan, bersikap profesional, dan dapat memberikan pelayanan yang baik, maka publik pun akan respek dan memberikan penilaian positif terhadap institusi tersebut.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1.KESIMPULAN**

Dalam pelaksanaan Kuliah kerja lapangan ini penulis mendapatkan banyak pengetahuan secara nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan, sehingga dapat di praktekkan secara maksimal ketika melaksanakan Kuliah kerja lapangan. Selain itu Kuliah kerja lapangan adalah sarana bagi mahasiswa untuk mengenal dunia kerja nyata sekaligus mengenal lingkungan dan kondisi kerja yang nantinya akan dihadapi mahasiswa setelah lulus kuliah. Berdasarkan uraian kuliah kerja lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Teori-teori yang telah diajarkan saat di perkuliahan ternyata banyak yang diterapkan pada saat Kuliah kerja lapangan.
2. The Crew Hotel sangat mengutamakan kepuasan pelanggan sehingga personal selling yang dilakukan oleh karyawan nya diatur dalam standard pelayanan customer.
3. Sebagai penyedia Hotel yang berkualitas, The Crew Hotel mempertahankan citra yang sudah ada yaitu dengan memberikan pelayanan kualitas produk yang terbaik untuk tetap dapat mempertahankan adanya kepercayaan dari khalayak. Diarahkan pada peningkatan citra perusahaan yang positif sebagai perusahaan pembangunan hotel yang berkualitas, terpercaya, kredibel dan menjadi perusahaan yang sehat, efisien, dan produktif untuk mencapai visi The Crew Hotel sebagai pelaku utama penyedia.
4. Strategi yang digunakan oleh Public Relations untuk mempertahankan citranya adalah media gathering, media tracking, sponsorship dan iklan.
5. Public Relations The Crew Hotel menggunakan 4 proses langkah strategi Public Relations yaitu (1). Mendefinisikan masalah, (2). Perencanaan dan pemograman. (3). Mengambil tindakan dan komunikasi, (4). Mengevaluasi program.

## 5.2.SARAN

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya, maka penulis mencoba memberikan saran atau solusi guna memecahkan masalah *public relations* di The Crew Hotel.

Adapun saran dan solusi dari penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penulis memiliki saran yaitu bagi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis ini harus dapat lebih memperhatikan strategi yang digunakan oleh perusahaan agar mengetahui apakah sudah sesuai dengan tujuan perusahaan.

2. Secara Praktis

Kepada perusahaan yang menggunakan strategi Public Relations harus sesuai dengan teori yang ada dengan prinsip-prinsip humas.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, PT. Remaja Rosda Karya Jakarta.2000
2. Effendy, Onong Uchjana, *Human Relation dan Public Relations*, Mandar Maju Bandung. 2009
3. Edward L. Bernays, *Public Relations*, Universitas Oklahoma Press. 2004
4. Havid Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.2002
5. Jefkins, Frank, *Public Relations*, Erlangga, Jakarta. 2003
6. Kriyantono, *Teori public relations perspektif barat dan lokal: aplikasi penelitian dan praktik*, Salemba Humanika, Jakarta.2014
7. Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta. 2010
8. Ruslan, *Etika kehumasan: Konsep dan aplikasi*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2001
9. Rumanti, Maria, *Dasar-dasar Public Relations*, Grasindo, Jakarta. 2005
10. Sitepu, Edy S dan Faulina, *Profesional Public Relations*, USU Pers. Medan 2011
11. Soemirat S dan Ardianto, *Dasar-dasar Public Relation*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung. 2002



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 454/FIS.0/01.3/VII/2020

10 Juli 2020

Lamp. : -

Hal : Izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Yth.

Pimpinan **The Crew Hotel**

Jl. Arteri Kualanamu No.15 Kec. Batang Kuis, Kab.Deli Serdang

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan bapak/ibu kiranya dapat memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa/i kami dengan data sebagai berikut :

NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Mika Ferawati Nainggolan	178530135

Untuk memberi izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di **The Crew Hotel**. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dimaksud guna menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa/i, dan KKL dilaksanakan pada tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020.

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam Kuliah Kerja Lapangan (KKL) serta menerbitkan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan KKL pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

A.n Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



*Belamdi*  
Belamdi Masitho Batubara, S.Sos, M.AP

Cc.File

NAMA : MIKA FERAWATI NAINGGOLAN

NPM : 178530135

LOKASI KKL : THE CREW HOTEL

TANGGAL	CATATAN/KEGIATAN HARIAN	PARAF	KEHADIRAN
Senin 13-07-2020	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Meeting Department Front Office</li><li>❖ Menulis registrasi tamu</li><li>❖ Melakukan sms blast</li><li>❖ Mengecek email masuk</li></ul>		
Selasa 14-07-2020	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ General meeting</li><li>❖ Menerima telfon masuk</li><li>❖ Melakukan wake call tamu</li><li>❖ Membalas email masuk</li><li>❖ Merekap surat masuk dan surat keluar</li><li>❖ Menghandle tamu check-in</li></ul>		
Rabu 15-07-2020	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Small briefing</li><li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li><li>❖ Menyusun brosur hotel</li><li>❖ Menyimpan data-data tamu</li><li>❖ Merekap slip deposit tamu</li><li>❖ Setor bank bersama staff lainnya</li></ul>		
Kamis 16-07-2020	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Menulis jadwal penjemputan kru penerbangan</li><li>❖ Mengcopy seluruh ID card kru</li><li>❖ Mengecek dan membalas whatshap masuk</li><li>❖ Membuat sms blast</li><li>❖ Merekap surat masuk dan surat keluar</li><li>❖ Menghandle tamu check-in- check-out</li></ul>		
Jumat 17-07-2020	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Senam pagi bersama</li><li>❖ Small briefing</li><li>❖ Merekap ID card kru penerbangan</li></ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menerima panggilan masuk hp kantor</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Mengambil foto-foto kegiatan untuk di posting</li> <li>❖ Mengantar tagihan ke kantor lion</li> </ul>		
Sabtu 18-07-20	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Libur</li> </ul>		
Minggu 19-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Membalas email masuk</li> <li>❖ Merekap sutar masuk dan surat keluar</li> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>	J.	K
Senin 20-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Meeting Department Front Office</li> <li>❖ Menulis dan menyusun registrasi tamu</li> <li>❖ Melakukan sms blash</li> <li>❖ Mengecek email masuk</li> </ul>	J.	K
Selasa 21-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menerima telfon masuk</li> <li>❖ Melakukan wake call tamu</li> <li>❖ Membalas email masuk</li> <li>❖ Merekap surat masuk dan surat keluar</li> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>	J.	K
Rabu 22-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Small briefing</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Menyimpan data-data tamu</li> <li>❖ Setor bank bersama staff lainnya</li> </ul>	J.	K
Kamis 23-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menulis jadwal penjemputan kru penerbangan</li> <li>❖ Mengcopy seluruh ID card kru</li> <li>❖ Mengecek dan membalas whatshap masuk</li> <li>❖ Membuat sms blash</li> <li>❖ Merekap surat masuk dan surat keluar</li> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>	J.	K

Jumat 24-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Senam pagi bersama</li> <li>❖ Menerima panggilan masuk hp kantor</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Mengambil foto-foto kegiatan untuk di posting</li> <li>❖ Mengantar tagihan ke kantor lion</li> </ul>		
Sabtu 25-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Libur</li> </ul>		
Minggu 26-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Libur</li> </ul>		
Senin 27-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Meeting Department Front Office</li> <li>❖ Menulis registrasi tamu</li> <li>❖ Melakukan sms blash</li> <li>❖ Mengecek email masuk</li> </ul>		
Selasa 28-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menerima telfon masuk</li> <li>❖ Melakukan wake call tamu</li> <li>❖ Membalas email masuk</li> <li>❖ Merekap sutar masuk dan surat keluar</li> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>		
Rabu 29-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Small briefing</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Menyimpan data-data tamu</li> <li>❖ Setor bank bersama staff lainnya</li> </ul>		
Kamis 30-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menulis jadwal penjemputan kru penerbangan</li> <li>❖ Mengcopy seluruh ID card kru</li> <li>❖ Mengecek dan membalas whatshap masuk</li> <li>❖ Membuat sms blash</li> <li>❖ Merekap surat masuk dan surat keluar</li> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>		

Jumat 31-07-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Senam pagi bersama</li> <li>❖ Menerima panggilan masuk hp kantor</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Mengambil foto-foto kegiatan untuk di posting</li> <li>❖ Mengantar tagihan ke kantor lion</li> </ul>		
Sabtu 01-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Libur</li> </ul>		
Minggu 02-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Libur</li> </ul>		
Senin 03-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ General meeting</li> <li>❖ Menulis registrasi tamu</li> <li>❖ Melakukan sms blash</li> <li>❖ Mengecek email masuk</li> </ul>		
Selasa 04-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Briefing departement I'ront office</li> <li>❖ Menerima telfon masuk</li> <li>❖ Melakukan wake call tamu</li> <li>❖ Membalas email masuk</li> <li>❖ Merekap surat masuk dan surat keluar</li> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>		
Rabu 05-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Small briefing</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Melakukan sms blash</li> <li>❖ Menyimpan data-data tamu</li> <li>❖ Setor bank bersama staff lainnya</li> </ul>		
Kamis 06-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menulis jadwal penjemputan kru penerbangan</li> <li>❖ Mengecopy seluruh ID card kru</li> <li>❖ Mengecek dan membalas whatshap masuk</li> <li>❖ Membuat sms blash</li> <li>❖ Merekap surat masuk dan surat keluar</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>		
Jumat 07-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Senam pagi bersama</li> <li>❖ Menerima panggilan masuk hp kantor</li> <li>❖ Membalas email masuk</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Mengambil foto-foto kegiatan untuk di posting</li> <li>❖ Mengantar tagihan ke kantor lion</li> </ul>		
Sabtu 08-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Libur</li> </ul>		
Minggu 09-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Libur</li> </ul>		
Senin 10-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Meeting Department Front Office</li> <li>❖ Merekap penjualan</li> <li>❖ Menulis registrasi tamu</li> <li>❖ Melakukan sms blash</li> <li>❖ Mengecek email masuk</li> </ul>		
Selasa 11-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menerima telfon masuk</li> <li>❖ Melakukan wake call tamu</li> <li>❖ Membalas email masuk</li> <li>❖ Merekap sutar masuk dan surat keluar</li> <li>❖ Menghandle tamu check-in</li> </ul>		
Rabu 12-08-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Small briefing</li> <li>❖ Melakukan promosi lewat whatshap, instagram dan fb</li> <li>❖ Menyimpan data-data tamu</li> <li>❖ Menerima panggilan masuk hp kantor</li> <li>❖ Setor bank bersama staff lainnya</li> </ul>		



## FORM PENILAIAN MAGANG KULIAH KERJA LAPANGAN

NAMA MAHASISWA : MIKA FERAWATI NAINGGOLAN  
 NPM : 178530135  
 NAMA INSTANSI : THE CREW HOTEL  
 UNIT/BAGIAN : FRONT OFFICE  
 LAMA MAGANG/KKL : 1 (SATU) BULAN

NO	KOMPONEN PENILAIAN	NILAI ANGKA
<b>A</b>	<b>KEDISIPLINAN</b>	
1	Ketepatan waktu/ Disiplin	90
2	Sikap kerja/prosedur kerja	95
3	Tanggung jawab terhadap tugas	90
4	Kehadiran/ Absensi	95
<b>B</b>	<b>PRESTASI KERJA</b>	
1	Kemampuan kerja	90
2	Keterampilan kerja	90
3	Kualitas kerja	90
<b>C</b>	<b>KEMAMPUAN BERADAPTASI</b>	
1	Kemampuan Berkomunikais	95
2	Kerjasama	90
3	Kerajinan/ inisiatif	95
<b>D</b>	<b>LAIN-LAIN</b>	
1	Memiliki rasa percaya diri	90
2	Mematuhi aturan dan tata tertip KKL	90
3	Penampilan/ Kerapihan	90
	Nilai Total	1220
	Nilai Rata-rata	93,85

Deli Serdang, 12 Agustus 2020

**RAM**  
~~Drs. Afwandi~~  
**THE CREW HOTEL**  
 Operational Manager

Deli Serdang, 20 Juli 2020

Nomor : 00105/OM/TCH/VII /2020

Lamp : -

Hal : Surat keterangan izin KKL

Kepada Yth :

Ibu Beby Mashito Batubara, S.Sos, M.AP

Universitas Medan Area Jl. Kolam No 1

Medan

Dengan hormat,

Sehubungan dengan Surat permohonan KKL (Kuliah Kerja Lapangan) yang diajukan kepada kami oleh mahasiswa atas nama :

Nama : Mika Ferawati Nainggolan

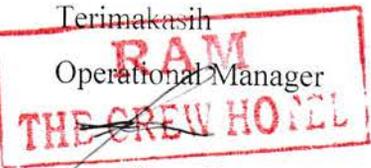
NPM : 178530135

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan kegiatan KKL (Kuliah Kerja Lapangan) di The Crew Hotel dari 13 Juli- 12 Agustus 2020

Demikian surat balasan ini dibuat untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Terimakasih

  
Operational Manager

Drs Afwandi

Deli Serdang, 12 Agustus 2020

Nomor : 00126/OM/TCH/VIII/2020

Lamp : -

Hal : Surat keterangan selesai KKL

Kepada Yth :

Ibu Beby Mashito Batubara, S.Sos, M.AP

Universitas Medan Area Jl. Kolam No 1

Medan

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Drs. Afwandi

Jabatan : Operational Manager

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Mika Ferawati Nainggolan

NPM : 178530135

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah mahasiswa Universitas Medan Area telah menyelesaikan KKL (Kuliah Kerja Lapangan di The Crew Hotel dari 13 Juli- 12 Agustus 2020, dan yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dengan sangat baik dan penuh tanggung jawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Terimakasih

Operational Manager

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Drs Afwandi