

LAPORAN
KULIAH KERJA LAPANGAN

AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DI HOTEL SAHID MANDARIN PEKALONGAN



Disusun Oleh :

Ricky Hariyanto (120904719)

Konsentrasi Studi : Public Relations

Dosen Pembimbing : Meylani Yo, Ph.D.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

**AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DI HOTEL SAHID MANDARIN
PEKALONGAN**

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini ditujukan untuk melengkapi syarat kelulusan Program

Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh :

Nama : Ricky Hariyanto

NPM : 120904719

Konsentrasi Studi : Public Relations

Disetujui

Yogyakarta, 7 Desember 2016

Dosen Pembimbing



Meylani Yo, Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini telah disetujui dan diserahkan oleh

Dosen Penguji dari Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : Desember 2016

Tempat : Ruang Dosen FISIP UAJY

Disetujui

Yogyakarta, Desember 2016

Penguji I



Meylani Yo, Ph.D

Penguji II



Sherly H.N, M.I.Kom

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini merupakan hasil karya saya sendiri

Dan semua sumber baik yang dirujuk maupun dikutip

Telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Ricky Hariyanto

NPM : 120904719

Tanggal : 7 Desember 2016

Tanda Tangan :



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas berkat Tuhan Yesus Kristus serta penyertaan-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menjalani dan menyelesaikan rangkaian kegiatan Kuliah Kerja Lapangan sampai pada penyusunan laporan akhir Kuliah Kerja Lapangan dapat terselesaikan.

Dengan menyelesaikan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan, penulis mendapatkan pengalaman yang sebelumnya belum pernah didapatkan. Proses Kuliah Kerja Lapangan ini dapat berjalan dengan lancar karena ada berbagai pihak yang berkontribusi dalam berbagai hal. Oleh karena itu, dalam laporan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus, atas segala berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan proses Kuliah Kerja Lapangan dengan lancar.
2. Papi, Mami, dan keluarga besar yang ada di Pekalongan atas dukungan dan doanya yang selalu membuat penulis menjadi lebih semangat untuk menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan.
3. Ibu Meylani Yo selaku dosen pembimbing, terima kasih banyak atas segala proses dari awal sampai akhir. Terima kasih atas kesabaran membimbing penulis dalam memberi masukan dari pembuatan proposal sampai laporan akhir Kuliah Kerja Lapangan.
4. Ibu Sherly H. N selaku dosen penguji, terima kasih sudah memberikan pengalaman ujian yang berkesan bagi penulis dan banyak memberikan masukan kepada penulis.

5. Bapak Sigit Laksmna selaku HRD dan Bapak Eriawan Wibowo selaku General Manager Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, yang telah menerima penulis mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.
6. Ibu Diah.K, Bapak Ponco, Bapak Chasmari, Mbak Sella, dan Mas Edis selaku tim dalam departemen *sales and marketing* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam bekerja.
7. Mas dudung, tempat makan atau kantin di Hotel Sahid Mandarin yang selalu memberikan makanan gratis kepada penulis setiap harinya.
8. Fransya yang selalu menemani penulis disaat malam sebelum dan sesudah membuat laporan, serta selalu memberikan semangat kepada penulis.
9. Para teman-teman sekampung halaman di kota Pekalongan tercinta yang berada dalam satu grup bernama IP-MAN, Nico, David, Sonny, Roby, Epen, Wandy, Tommy, Yona, Adi, dan Aldi. Terima kasih atas hiburan yang selalu diberikan di grup IP-MAN pada saat penulis lelah dalam membuat laporan akhir, sehingga penulis dapat terhibur. Thanks semuanya.

Penulis menyadari bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran sehingga laporan ini menjadi sempurna dan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Akhir kata penulis meminta maaf yang sebesar-besarnya apabila ada kekurangan dan kesalahan dalam pembuatan laporan ini.

Yogyakarta, Desember 2016

Ricky Hariyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan	3
D. Manfaat	4
E. Kerangka Teori	4
1. <i>Public Relations</i>	4
2. <i>Manajemen Public Relations</i>	5
3. <i>Media Relations</i>	7
4. <i>Aktivitas Media Relations</i>	10
BAB II	13
DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN	13
A. Profil dan Sejarah Hotel Sahid Mandarin Pekalongan	13
1. Profil Hotel Sahid Mandarin Pekalongan	13
2. Sejarah Hotel Sahid Mandarin Pekalongan	14
B. Visi dan Misi	15
1. Visi	15
2. Misi	15
C. Struktur Organisasi	16

D. Tugas Setiap Masing-Masing Departemen.....	18
E. Produk atau Jasa yang di Hasilkan	20
BAB III.....	24
HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS	24
A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan	24
1. Gambaran Umum <i>Public Relations</i> Pada Departemen <i>Sales and Marketing</i> Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.....	24
2. Pengertian <i>Media Relations</i> di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.....	32
3. Aktivitas <i>Media Relations</i> di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan	34
B. Keterlibatan Peserta Kuliah Kerja Lapangan	39
C. Analisis Hasil Pelaksanaa Kuliah Kerja Lapangan	51
1. Analisis Gambaran Umum <i>Public Relations</i> Pada Departemen <i>Sales and Marketing</i> Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.....	51
2. Analisis Pengertian <i>Media Relations</i> di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.....	53
3. Analisis Aktivitas <i>Media Relations</i> di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan	56
BAB IV	63
PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64
DAFTAR PSUTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe kamar dan fasilitas Hotel.....	20
Tabel 2.2 Jenis ruang meeting dan kapasitas Hotel.....	21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Hotel Sahid Mandarin Pekalongan	17
Gambar 3.1 Kegiatan <i>sales call</i>	41
Gambar 3.2 Mengambil dokumentasi.....	44
Gambar 3.3 Olahraga pagi.....	45
Gambar 3.4 Stand kuliner di lapangan jatayu Pekalongan	46
Gambar 3.5 <i>Stand</i> makanan di lapangan jatayu Pekalongan dalam pekan batik.....	47
Gambar 3.6 <i>Briefing</i> panitia konser dewa ft arillaso	48
Gambar 3.7 Kegiatan <i>training</i>	49
Gambar 3.8 <i>General staff meeting</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Keterangan KKL di Hotel Sahid Mandarin

Lampiran 2 : Form Penilaian

Lampiran 3 : Lembar Presensi KKL

Lampiran 4 : Lembar Kegiatan Mahasiswa

Lampiran 5 : Dokumentasi Kegiatan selama KKL



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini setiap organisasi memiliki visi dan misi untuk mengembangkan organisasinya. Untuk mencapainya organisasi perlu memiliki komunikasi yang efektif, sehingga dapat tercapai dengan berhasil. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain yang merupakan satu-satunya cara mengatur aktivitas dalam suatu organisasi (Ruslan, 2012. h.92). Visi dan misi organisasi juga dapat dikomunikasikan sehingga publik memiliki pengertian dan dapat bergerak kepada tujuan yang sama dengan organisasi. Untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh organisasi diperlukan peran *Public Relations*.

Salah satu fungsi *Public Relations* adalah menjalin komunikasi dan relasi dengan publik-publik organisasi (Iriantara, 2006. h.5), karena menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, dan Glen M. Broom (2011. h.242), program yang efektif harus menjalin komunikasi dan membangun hubungan dengan “publik sasaran” yang didefinisikan secara spesifik atau “publik strategis.” Tujuan organisasi itu dibantu pencapaiannya melalui kegiatan *Public Relations* dengan meningkatkan, menjaga atau memperbaiki organisasi, mendeteksi dan menangani isu-isu yang berkembang, dan mengatasi kesalahpahaman dan prasangka.

Aktivitas *Public Relations* dalam organisasi cukup banyak, salah satunya adalah aktivitas *Media Relations*, yakni dalam menjalin hubungan baik dengan pihak media massa (Wardhani, 2008. h.3). Hal ini membuat media dapat mendukung publikasi organisasi, dan menjadikan media sebagai mitra yang baik dalam penyampaian informasi bagi organisasi. Menurut Diah Wardhani (2008.

h.4), pada umumnya aktivitas *Media Relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* hanya sebatas mengundang media di saat tertentu, khususnya saat menghadapi *special event* yang diselenggarakan oleh organisasi.

Perkembangan industri perhotelan di Indonesia pada saat ini semakin maju, salah satunya adalah perkembangan hotel di kota Pekalongan. Pekalongan menjadi salah satu kota yang perkembangan hotelnya maju karena, Pekalongan merupakan salah satu kota yang sering dikunjungi oleh wisatawan dan terkenal dengan kota batik. Pekalongan juga merupakan kota pantura yang menjadi jalur mudik sehingga selalu dilewati oleh pemudik dari berbagai kota. Hal ini membuat pembangunan hotel di kota Pekalongan semakin banyak yang menargetkan kepada wisatawan dan pemudik pada saat berkunjung ke kota Pekalongan. Semakin banyaknya hotel di kota Pekalongan menjadikan persaingan yang ketat dan membuat masing-masing hotel mempromosikan hotelnya melalui media untuk memperkenalkan kepada publik bahwa hotelnya merupakan hotel yang baik. Salah satu hotel yang ada di kota Pekalongan adalah Hotel Sahid Mandarin. <http://propertipantura.co.id/2015/12/23/pekalongan-layak-investasi-hotel-berbintang/> di akses pada tanggal 14 Desember 2016.

Hotel Sahid Mandarin Pekalongan merupakan hotel yang berada di bawah kelola PT. Sahid International Hotel Management dan Consultant. Hotel Sahid Mandarin Pekalongan adalah pilihan populer bagi para wisatawan bisnis dan plesiran. Terletak hanya 1.Km dari pusat kota, hotel bintang 3 ini memiliki lokasi yang bagus dan menyediakan akses ke obyek wisata terbesar di kota Pekalongan. Dengan lokasinya yang strategis, hotel Sahid Mandarin menawarkan akses mudah ke destinasi yang wajib dikunjungi di kota Pekalongan, seperti hanya 15 menit dari museum batik, 4 menit dari pusat perbelanjaan batik, dan souvenir. Hotel

Sahid Mandarin menawarkan pelayanan superior dan sejumlah fasilitas kepada para tamu hotel yang memastikan penginapan konsumen nyaman mungkin. Wi-Fi gratis di semua kamar, satpam 24 jam, layanan kebersihan harian, fotokopi, layanan taksi hanyalah beberapa dari fasilitas yang membedakan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan hotel-hotel lain di kota Pekalongan. <http://www.sahidhotels.com/sahid-pekalongan.html> di akses pada tanggal 6 September 2016.

Hotel Sahid Mandarin menjadi pilihan peneliti untuk memahami aktivitas *media relations* yang ada pada Hotel Sahid Mandarin, karena Hotel Sahid Mandarin merupakan salah satu hotel yang terkenal di kota Pekalongan dan banyak mengadakan *event-event*, sehingga pihak hotel akan banyak berhubungan dengan media-media yang ada. Alasan memilih topik aktivitas *media relations* yang ada pada Hotel Sahid Mandarin, karena *media relations* merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* untuk menyampaikan pesan atau suatu informasi dari suatu organisasi kepada publik yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak media untuk menciptakan publisitas dan citra positif organisasi tersebut. Selain itu perusahaan dengan media juga dapat menjadi mitra kerja karena kedua belah pihak saling bekerjasama dan menguntungkan, perusahaan dapat menjalankan tugasnya seperti memberikan informasi kepada media, sementara media juga memperoleh informasi yang diperlukan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana aktivitas *media relations* di Hotel Sahid Mandarin ?

C. Tujuan

Mengetahui aktivitas *media relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

D. Manfaat

1. Manfaat Akademis

Memperkaya referensi mengenai peran *Public Relations* dalam bidang *media relations*.

2. Manfaat Praktis

Mendapatkan pengetahuan mengenai aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh perusahaan.

E. Kerangka Teori

1. *Public Relations*

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, dan Glen M. Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* (2011. h.6), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang berarti bahwa semua manajemen dalam suatu organisasi harus memperhatikan *public relations*. Peran *Public Relations* membentuk dan memelihara hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik.

Menurut Rosady Ruslan (2012. h.6), *public relations* merupakan seni dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing, untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang ditawarkan, nama dan produknya menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh publiknya. Tujuan *public relations* untuk mempengaruhi publiknya,

antara lain sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau organisasi tersebut.

2. Manajemen *Public Relations*

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi. Menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, dan Glen M. Broom (2011. h.320), *Public Relations* adalah bagian proses perubahan dan pemecahan masalah di organisasi yang dilakukan secara ilmiah. Praktisi *Public Relations* jenis ini menggunakan teori dan bukti terbaik yang ada untuk melakukan proses empat langkah pemecahan masalah:

1. Mendefinisikan *problem* (atau peluang).

Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan, dan dipengaruhi oleh, tindakan dan kebijakan organisasi.

2. Perencanaan dan pemrograman.

Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik, dan sasaran. Langkah ini akan mempertimbangkan temuan dari langkah dalam membuat kebijakan dan program organisasi.

3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi.

Langkah ketiga adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program.

4. Mengevaluasi program.

Langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak.

Berdasarkan manajemen *Public Relations* yang ada, dapat dikaitkan dengan beberapa langkah untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak media :

1) Menentukan dan mengutamakan para pendengar

Dalam langkah ini pendengar menjadi kunci utama, karena jika hubungan perusahaan baik maka akan menjauhkan posisi perusahaan dari masalah yang tidak jelas.

2) Menentukan masalah

perusahaan harus menentukan tentang masalah yang penting untuk mengorganisasikan sebuah acara dalam menangani masalah.

3) Menentukan inti dari sebuah kriteria

Perusahaan harus bisa menentukan suksesnya sebuah acara, dengan kata lain perusahaan harus bisa mengetahui apa yang akan memberikan sebuah nilai.

4) **Memutuskan sebuah perbandingan**

Mengukur melalui sifat dari sebuah perbandingan dan menentukan apa yang akan dievaluasi terhadap hasil yang sudah didapatkan.

5) **Memilih alat ukur**

Alat ukur yang terbaik untuk kepentingan perusahaan sepenuhnya tergantung pada kriteria yang perusahaan pilih untuk meraih keberhasilan.

6) **Membandingkan hasil secara objektif dan menarik kesimpulan.**

Setelah mendapatkan dan menganalisa data, perusahaan membutuhkan hasil agar mendapatkan grafik yang tepat sebagai bukti dari analisa data.

7) **Melakukan dan mengukur lagi**

Ketika mengukur sebuah hubungan dengan orang lain maka penting untuk mengingat seberapa cepat dan sering mereka melakukan perubahan. Itulah mengapa perusahaan harus melihat secara detail dan membutuhkan waktu yang cukup panjang untuk menjalin hubungan.

3. Media Relations

Menurut Diah Wardhani (2008. h.167), menyatakan bahwa hubungan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa, *media relations* merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* untuk menyampaikan pesan atau suatu informasi dari suatu organisasi kepada publik yang perlu

dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak media untuk menciptakan publisitas dan citra positif organisasi tersebut.

Public relations membutuhkan media sebagai alat dalam penyampaian pesan yang efektif dari suatu organisasi terhadap publik, baik publik internal maupun eksternal. Media juga membutuhkan *public relations* dalam menggali informasi mengenai suatu organisasi tersebut. Oleh karena itu, *public relations* dan media berada dalam posisi yang saling menguntungkan dan saling membutuhkan.

Media dalam aktivitas *public relations* dibagi menjadi dua bentuk, yaitu media internal dan eksternal. Media internal merupakan media yang diterbitkan dan dipublikasikan oleh pihak internal atau organisasi itu sendiri. Media internal berisi mengenai informasi-informasi yang penting dalam organisasi tersebut dan ditujukan terhadap pihak internal organisasi tersebut. Media internal dalam suatu organisasi biasanya dalam bentuk majalah, tabloid, buletin, *website* perusahaan, *company profile*, dan lain-lain. Sedangkan media eksternal adalah media yang dipublikasikan untuk publik. Media eksternal dapat berupa *press release*.

Cutlip, Center, dan Broom (2011. h.310) merumuskan pedoman dalam menjalin *media relations* yang baik, sebagai berikut:

a. *Public Relations* menyampaikan informasi dengan jujur

Kejujuran adalah kebijakan terbaik. Aset yang paling penting dalam menghadapi suatu media adalah kredibilitas. Kredibilitas merupakan sesuatu yang dibangun dalam kurun waktu yang cukup lama. Dengan adanya kredibilitas dari seorang *public relations*, maka media akan mudah mempercayai organisasi tersebut. Media menginformasikan berita baik

dan buruk secara seimbang, maka apabila *public relations* berani jujur terhadap berita buruk, maka publik akan mudah mempercayai organisasi tersebut.

b. *Public Relations* memberikan pelayanan

Cara yang paling tepat dalam menjalin hubungan yang baik dengan media adalah memberikan berita yang layak, menarik, dan baru sesuai dengan kebutuhan media tersebut. *Public relations* harus siap menerima panggilan kapan saja dari pihak media. Terkadang media membutuhkan informasi kapan saja mengenai suatu organisasi. Oleh karena itu, *public relations* harus siap memberikan pelayanan yang baik dalam memberikan informasi terhadap media agar terjalin hubungan media yang baik.

c. *Public Relations* tidak boleh merengek atau mengomel ketika beritanya tidak dipublikasikan oleh media. Hal ini dikarenakan, media memiliki standar informasi untuk dipublikasikan kepada publik. Apabila berita tidak dapat menarik perhatian publik, maka media tidak akan mempublikasikan berita tersebut.

d. *Public relations* tidak memiliki hak dalam menuntut media untuk mencabut berita yang telah dipublikasikan kepada publik. Media tidak suka apabila *public relations* menuntut agar berita yang telah dipublikasikan dicabut, karena hal ini dapat mencoreng nama media tersebut dihadapan publik.

e. Petunjuk dalam melakukan publikasi pada suatu media adalah: 1) berikan apa yang dianggap sebagai berita oleh wartawan; 2) perbarui mailing list media; 3) mengirim suatu berita hanya kepada satu wartawan untuk masing-masing media.

Beberapa tujuan dari *Media Relations* menurut Diah Wardhani (2008. h.13)

adalah:

- 1) Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah lembaga / organisasi yang baik untuk diketahui umum
- 2) Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media mengenai hal-hal yang menguntungkan organisasi
- 3) Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan organisasi.
- 4) Untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan lembaga/organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan perusahaan.
- 5) Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati.

4. Aktivitas *Media Relations*

Berdasarkan definisi dan tujuan *media relations*, ada beberapa kegiatan dalam proses *media relations*. Aktivitas *media relations* ini berhubungan dengan salah satu fungsi dari *Public Relations* yaitu publisitas, menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, dan Glen M. (2011. h.12) publisitas adalah informasi yang disediakan oleh sumber luar yang digunakan oleh media karena informasi itu memiliki nilai berita. Metode penempatan pesan di media ini adalah metode yang tak bisa dikontrol (*uncontrolled*) sebab sumber informasi tidak memberi bayaran kepada media untuk pemuatan informasi

tersebut, sehingga publistias dapat berhubungan dengan aktivitas-aktivitas dari *media relations*, menurut Nurudin (2008. h.41) beberapa kegiatan media meliputi :

1. Konferensi pers (*press conference*)

Biasanya pihak Humas berinisiatif untuk melakukan pertemuan dengan para wartawan tentang suatu topik pembicaraan yang sedang hangat dibicarakan. Karena berhubungan dengan berita hangat, sering kali acara diadakan mendadak dan tempat yang digunakannya pun seadanya saja. Bagian humaslah yang menjadi pihak yang ditugaskan untuk mengurus acara ini.

2. Kunjungan pers (*facility visit*)

Kegiatan ini biasanya berupa undangan dari perusahaan kepada wartawan untuk berkunjung ke perusahaanya. Misalnya, sedang diluncurkan produk baru atau pembuatan parbrik baru di suatu lokasi. Wartawan biasanya boleh diperbolehkan masuk ke setiap sisi ruangan yang ingin diperlihatkan.

3. Resepsi pers (*press reception*)

Acara ini adalah kumpul-kumpul kalangan pers. Sifat kegiatannya lebih menyenangkan, terencana, dan terorganisasi. Salah satu tujuan acara ini adalah mendekatkan diri antara kalangan pers dan pihak perusahaan. Dalam acara ini, para wartawan diundang untuk meliput suatu acara yang diselenggarakan perusahaan, mendengarkan keterangan resmi, atau sekadar bercakap-cakap saja.

4. *Road Show*

Acara ini dilakukan ke sejumlah tempat untuk mempromosikan produk perusahaan. Jika menyangkut produk makanan atau kebutuhan pokok lain, perusahaan lebih baik menggunakan ahli tentang makanan tersebut. Hal ini penting untuk dilakukan agar ada legitimasi seorang ahli tentang produk yang dipromosikan.



BAB II

DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Profil dan Sejarah Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

1. Profil Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Hotel Sahid Mandarin Pekalongan merupakan hotel yang berada di bawah kelola *PT. Sahid International Hotel Management dan Consultant*. Hotel Sahid Mandarin Pekalongan terletak di Jl. Dr. Sutomo (Komplek Dupan Square) Pekalongan 51129 yang berada di kelurahan Baros kecamatan Pekalongan timur provinsi Jawa Tengah, no telpon (0285) 4416505, no fax (0285) 4416525. General Manager Hotel Sahid Mandarin Pekalongan saat ini adalah Eriawan Wibowo. (*Dokumen Hotel Sahid Mandarin Pekalongan*)

Hotel Sahid Mandarin Pekalongan menjadi pilihan populer bagi para wisatawan bisnis dan plesiran. Terletak hanya 1.Km dari pusat kota, hotel bintang 3 ini memiliki lokasi yang bagus dan menyediakan akses ke obyek wisata terbesar di kota Pekalongan. Dengan lokasinya yang strategis, hotel Sahid Mandarin menawarkan akses mudah ke destinasi yang wajib dikunjungi di kota Pekalongan, seperti hanya 15 menit dari museum batik, 4 menit dari pusat perbelanjaan batik, dan souvenir. Hotel Sahid Mandarin menawarkan pelayanan superior dan sejumlah fasilitas kepada para tamu hotel yang memastikan penginapan konsumen nyaman mungkin. Wi-Fi gratis di semua kamar, satpam 24 jam, layanan kebersihan harian, fotokopi, layanan taksi hanyalah beberapa dari fasilitas yang membedakan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan hotel-hotel lain di kota Pekalongan.

<http://propertipantura.co.id/2015/12/23/pekalongan-layak-investasi-hotel-berbintang/> di akses pada tanggal 14 Desember 2016

2. Sejarah Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Pada tanggal 27 Oktober 2007 telah diresmikan oleh Walikota Pekalongan Bapak dr. Basyir Ahmad sebuah Hotel yang terletak di Jl. Dr. Sutomo (Komplek Dupan Square) dibawah naungan PT. Sampangan Dupan Estate bernama Hotel Gren Mandarin. Hotel Gren Mandarin diresmikan dengan memiliki fasilitas 52 kamar yang dibagi menjadi 6 tipe yaitu, 6 kamar *standart*, 19 *superior*, 15 *moderate*, 2 *deluxe*, 9 *family* dan 1 *executive suite*. Selain kamar fasilitas lain yang dimiliki adalah *coffee shop* dan 2 ruang meeting dengan kapasitas maksimal 80 & 250 orang.

Pengembangan hotel masih berlanjut dengan penambahan kamar pada tahun 2009 yaitu penambahan 22 kamar tipe *deluxe* dan 3 kamar tipe *junior suite*, sehingga total kamar menjadi 77 kamar. Dan pada tahun 2010-2012 terjadi penambahan kamar dan pembangunan fasilitas lain, yaitu total kamar menjadi 124 kamar, renovasi *coffee shop* menjadi *executive lounge*, dan pembangunan kolam renang & wahana air yang disebut Waterpark pada tahun 2011. Selain hal tersebut, yaitu terdapat penambahan dan perubahan fasilitas ruang meeting menjadi 3 ruang dengan kapasitas mencapai 600 orang.

Seiring berkembangnya kota Pekalongan, memunculkan persaingan yang semakin sulit juga dengan ditandai munculnya hotel-hotel baru. Berkaitan dengan hal tersebut, maka Hotel Gren Mandarin bergabung atau bekerja sama dengan *PT. Sahid International Hotel Manajement & Consultant* (PT. SIHM & C). Pada tanggal 11 Desember 2013 Hotel Gren Mandarin resmi bergabung dengan Sahid Hotels dan berganti nama menjadi Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. (*Dokumen Hotel Sahid Mandarin Pekalongan*)

B. Visi dan Misi

1. Visi

- 1. Being a leader in hospitality management both nationally and internationally.* (Menjadi pemimpin dalam manajemen perhotelan baik nasional maupun internasional)
- 2. Be a profitable company for the shareholders and stakeholders.* (Menjadi perusahaan yang menguntungkan bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan)

2. Misi

- 1. offer a comprehensive range of service to ensure maximum return on investment to its Owners and investors.* (menawarkan berbagai layanan untuk memastikan hasil maksimal atas investasi untuk pemilik dan investor)
- 2. provide optimal service either at the time of planning, development time and during operation of the hotel.* (memberikan pelayanan optimal baik pada saat perencanaan, waktu pengembangan dan selama pengoperasian hotel)
- 3. Deliver organized structure for marketing, e-commerce, local and national sales programs.* (Memberikan struktur terorganisir untuk pemasaran, e-commerce, lokal dan program penjualan nasional)
- 4. Develop human resources to establish a strong and lasting foundation in the organization.* (Mengembangkan sumber daya manusia untuk membangun fondasi yang kuat dan abadi dalam organisasi)

C. Struktur Organisasi

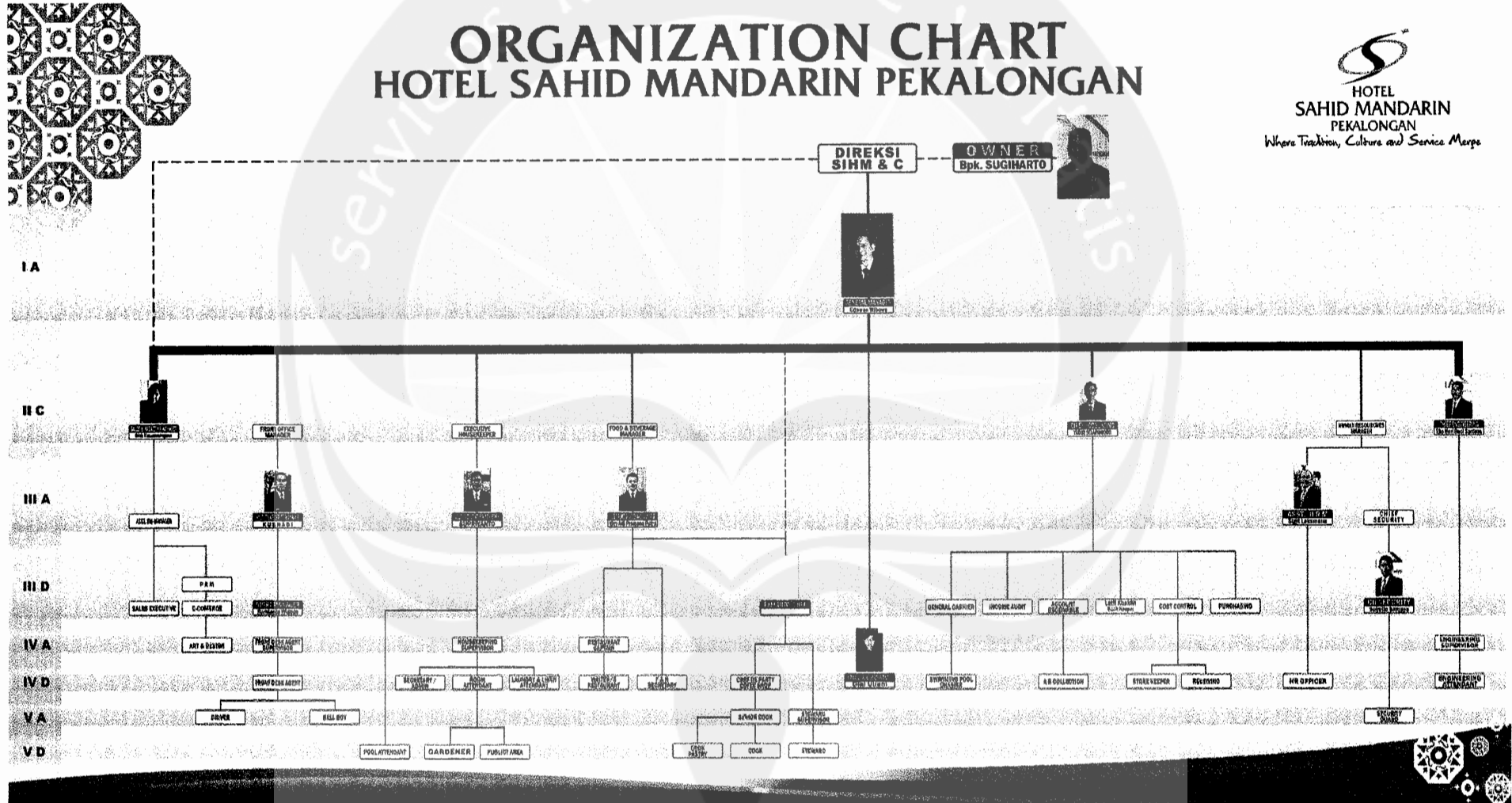
Struktur organisasi merupakan gambaran suatu susunan hubungan antar tiap bagian serta menerangkan posisi, wewenang dan tanggung jawab yang dimiliki untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Adapun struktur organisasi yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, sebagai berikut :



Gambar 2.1 Struktur Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

ORGANIZATION CHART HOTEL SAHID MANDARIN PEKALONGAN



D. Tugas Setiap Masing-Masing Departemen

a. Sales and Marketing

Tugas secara umum :

- Merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan pemasaran dan penjualan
- Melaksanakan kegiatan penjualan produk secara *direct selling* atau *inderict selling*
- Menjalin hubungan dengan para klien
- Bekerjasama dengan pihak-pihak yang terkait dengan hotel

b. Front Office

Tugas secara umum :

- Menjamin kepuasan pelanggan secara utuh dalam tugas ruangan
- Memahami situasi penjualan kamar masa sekarang dan yang akan datang
- Memastikan dan mengawasi kelancaran internal operasional Hotel secara keseluruhan pada saat sore dan malam hari
- Memastikan operasional hotel berjalan dengan baik sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku
- Menangani check-in para tamu, menyediakan keterangan umum kepada tamu, mengambil pesan dan mengirimkan pesan para tamu kepada pengawas pintu
- Memberi pelayanan kepada tamu dengan sopan, secara profesional, secara efisien dan dengan teliti

c. Housekeeper

Tugas secara umum :

- Bertugas menangani perawatan hotel dalam hal apapun
- Bertindak sebagai kebersihan dalam hotel

- Mengkondisikan ruangan-ruangan yang ada di dalam hotel seperti kamar, taman, ballroom dll

d. *Food and Beverage*

Tugas secara umum :

- Mempersiapkan makanan untuk para tamu
- Mempersiapkan dan menata makanan *breakfast*
- Bertanggung jawab atas kebersihan makanan

e. *Chef*

Tugas secara umum :

- Bertanggung jawab dalam semua kegiatan di dalam dapur hotel
- Bertanggung jawab dalam kebersihan hotel

f. *Secretary*

Tugas secara umum :

- Membantu tugas dari *General Manager*
- Mempersiapkan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan *General Manager*
- Mempersiapkan bahan *meeting* pertemuan dengan klien

g. *Accounting*

Tugas secara umum :

- Mengatur keuangan yang ada di dalam hotel
- Mengatur administrasi dalam hotel
- Mengatur dalam pengambil barang-barang dari setiap departemen

h. *Human Resources*

Tugas secara umum :

- Merekrut dan menerima karyawan baru
- Membimbing karyawan-karyawan yang ada di hotel

- Mengatur kebijakan-kebijakan hotel, seperti aturan yang berlaku di hotel

i. Security

Tugas secara umum :

- Bertanggung jawab atas keamanan yang ada di hotel
- Menyambut tamu yang akan masuk ke dalam hotel
- Membantu mengarahkan tamu ke tempat yang dituju

j. Engineering

Tugas secara umum :

- Bertanggung jawab atas semua sistem yang ada di hotel

E. Produk atau Jasa yang di Hasilkan

Hotel Sahid Mandarin Pekalongan adalah perusahaan yang menawarkan jasa penginapan dan pengadaan acara, adapun jenis produk jasa yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

a. Jasa Menginap

Adapun rincian beberapa tipe kamar di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2.1 Tipe kamar dan fasilitas Hotel

Tipe Kamar	Jumlah Kamar	Ukuran Kamar	Fasilitas Didalam Kamar
Superior	26	3 x 4 meter	Shower, TV, AC, tanpa minibar
Deluxe	41	3,4 x 3,6 meter	Minibar, TV, AC, shower & bathub atau shower. Dapat mengakses wi-fi internet di kamar
Family	18	3,8 x 4,8 meter	Minibar, TV, AC, shower & bathub. Ada 1 sofa panjang. Dapat mengakses wi-fi internet di kamar
Executive	29	5,4 x 3,8 meter	Minibar, TV, AC, shower & bathub atau shower.

			Menghadap ke jalan, sawah dan kolam renang. Dapat mengakses wi-fi internet di kamar
--	--	--	--

Junior Suite	3	10,4 x 4 meter	Minibar, TV, AC, shower & bathub. Ada ruang tamu dan sofa Dapat mengakses wi-fi internet di kamar
Sahid Mandarin Resident (SMR)	6	10,6 x 6 meter	Minibar, TV, AC, shower & bathub Ada pantry, ruang tamu dan sofa Dapat mengakses wi-fi internet di kamar
Executive Suite	1	10,6 x 6 meter	Minibar, TV, AC, shower & bathub Ada meja kerja, ruang tamu dan sofa Dapat mengakses wi-fi internet di kamar.
Total Kamar	124		

Sumber : Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

b. **Jasa pengadaan acara atau MICE (*Meeting, Incentive, Convention & Exhebiton*)**

Selain jasa penginapan, Hotel Sahid Mandarin Pekalongan juga menawarkan jasa pengadaan acara atau MICE (*Meeting, Incentive, Convention & Exhebiton*). Adapun banyaknya ruang meeting dan kapasitas ruang sesuai dengan bentuk penataan, sebagai berikut :

Tabel 2.2 Jenis ruang meeting dan kapasitas Hotel

Nama	Dimensi	Theater	Class room	U Shape	Round
Harmony	8 X 13 meter	80	60	40	40
Simphony	8 X 16 meter	100	80	60	60

Ball Room	30 X 23 meter	500	300	200	600
Sahid International Convention Centre	33 X 35 meter	1500	500	500	1500

Sumber : Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Dan untuk macam-macam paket meeting yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

- 1) *Fullboard meeting*, merupakan paket meeting dengan fasilitas; kamar, 3 kali makan, 2 kali *coffee break* atau *snack*.
- 2) *Fullday meeting*, merupakan paket meeting dengan fasilitas; 1 kali makan, 2 kali *coffee break* atau *snack*.
- 3) *Halfday meeting*, merupakan paket meeting dengan fasilitas; 1 kali makan, 1 kali *coffee break* atau *snack*.
- 4) *Executive meeting*, merupakan paket meeting dengan fasilitas; 1 kali makan.
- 5) Dan lain-lain.

Untuk paket yang disebutkan diatas bisa berubah sesuai permintaan tamu dan kesepakatan dengan pihak hotel. Selain paket meeting, Hotel Sahid Mandarin mempunyai paket yang lain seperti paket pernikahan, ulang tahun, *graduation package*, dan lain-lain.

c. Fasilitas pendukung lain

- 1) *Waterpark*. Merupakan wahana rekreasi air yang terdapat beberapa permainan air dan kolam renang didalamnya guna memanjakan para pengunjung baik bagi anak-anak atau dewasa. Untuk tamu Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang menginap atau menggunakan

kamar, *Waterpark* merupakan fasilitas yang dapat dinikmati para tamu hotel secara gratis.

- 2) *Star Gym*. Merupakan tempat pusat kebugaran yang terletak di sebelah *Waterpark* di Komplek Dupan Square. *Star Gym* menawarkan beberapa fasilitas kebugaran bagi para pengunjung. Dan untuk tamu Hotel Sahid Mandarin yang menginap termasuk fasilitas yang dapat dinikmati secara gratis.
- 3) Maharani Spa. Menawarkan konsep Spa dengan fasilitas lengkap dan pelayanan yang terbaik. Maharani Spa merupakan tempat yang sangat cocok bagi tamu yang ingin melakukan perawatan untuk mengembalikan kebugaran dan membuat tubuh anda menjadi lebih fit dan segar.
- 4) Cafe & Karaoke. Fasilitas lain yang dapat dinikmati para tamu di area Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS

A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

1. Gambaran Umum *Public Relations* Pada Departemen *Sales and Marketing* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan belum memiliki bagian khusus atau departemen khusus untuk *public relations*, sehingga *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan tergabung kedalam departemen *sales and marketing*. *Public relations* dalam departemen *Sales and Marketing* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan memiliki peran dalam menjalin komunikasi dengan *stakeholder* seperti, perusahaan atau instansi, media, dan pihak-pihak yang terkait dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Berdasarkan aturan organisasi adanya tata kerja Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, departemen *Sales and Marketing* mempunyai tugas melaksanakan komunikasi publik melalui publikasi atau promosi, menjalin hubungan dengan klien yaitu perusahaan atau instansi, pemerintah, dan media. Menurut penuturan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan mengatakan bahwa *public relations* berperan sebagai komunikator atau penghubung antara Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan publik.

Hal ini dapat dilihat dari hubungan dan kerjasama baik yang dijalin oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan masyarakat, media dan sebagainya. Dalam menjalankan aktivitas *public relations* dapat dilihat dari fungsi komunikasi yang melihat cara organisasi dalam menyampaikan informasi kepada publik, serta melakukan aktivitas kehumasan seperti membuat dokumentasi, *press release*, *press conference*, dan sebagainya.

Berdasarkan dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, dapat digolongkan menjadi 2 aktivitas, yaitu :

1. Aktivitas rutin :

Aktivitas rutin merupakan aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan terencana atau terjadwal. Aktivitas yang termasuk kedalam aktivitas rutin biasanya dilakukan setiap hari atau sudah dipersiapkan dalam beberapa bulan sekali sebelum kegiatan dijalankan. Biasanya aktivitas rutin ini terkait dengan kegiatan yang ada di dalam departemen *sales and marketing* maupun aktivitas yang berhubungan dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

2. Aktivitas non rutin :

Aktivitas non rutin merupakan aktivitas yang dijalankan dengan tidak terencana atau tidak terjadwal. Biasanya *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan melakukan aktivitas ini ketika akan ada kebijakan baru dan promo baru atau *event* yang akan diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Sehingga aktivitas non rutin ini dapat dilakukan diwaktu yang tidak terencana. Aktivitas non rutin juga terkait dengan kegiatan yang ada di dalam departemen *sales and marketing* maupun aktivitas yang berhubungan dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Berikut beberapa aktivitas rutin maupun tidak rutin yang di lakukan oleh *public relations* Hotel Sahid Mandarin dalam departemen *sales and marketing*.

a. Aktivitas Rutin :

1. *Sales call*

Aktivitas ini merupakan aktivitas yang dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada dalam departemen *sales and marketing*. Aktivitas ini merupakan kegiatan untuk melakukan promosi hotel dengan cara mengunjungi ke perusahaan atau instansi yang ada di kota Pekalongan dan Batang Jawa Tengah.

Kegiatan *sales call* ini bertujuan untuk menawarkan promo-promo terbaru yang ada di Hotel Sahid Mandarin, selain itu juga memberikan informasi mengenai *event-event* yang akan diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Aktivitas *sales call* ini dilakukan setiap hari.

2. Mempersiapkan materi *event*

Aktivitas ini dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada dalam departemen *sales and marketing*, karena aktivitas ini adalah aktivitas terencana. Aktivitas mempersiapkan *event* biasanya dilakukan setiap 2-3 bulan sekali. Biasanya aktivitas ini dilakukan 2 bulan setelah menyelesaikan *event* yang telah diadakan sebelumnya. Persiapan *event* yang dilakukan adalah merancang acara *event* yang akan diadakan, kemudian membuat proposal *event* yang akan di berikan kepada perusahaan atau instansi untuk mencari sponsor *event* yang akan diadakan.

3. *Tele marketing*

Aktivitas ini juga merupakan yang dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada dalam departemen *sales and marketing*. Aktivitas ini termasuk kedalam aktivitas untuk mempromosikan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan kepada publik. Tetapi aktivitas ini lebih bertujuan untuk mempertahankan hubungan antara Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan perusahaan atau instansi yang pernah menggunakan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan sebagai tempat untuk mengadakan *event* atau kegiatan dalam perusahaan.

Sehingga hubungan yang dijalin tetap berjalan baik dan dapat menjadi mitra kerjasama dalam waktu kedepan. Aktivitas ini biasanya dilakukan dengan cara menghubungi perusahaan dan instansi yang ada di kota Pekalongan dan Batang Jawa Tengah melalui telpon. Aktivitas *tele marketing* dilakukan setiap hari karena merupakan kegiatan rutin dari departemen *Sales and Marketing*.

4. *SMS blast*

Sms Blast tidak jauh berbeda dengan kegiatan lainnya yang dilakukan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada dalam departemen *sales and marketing* dan memiliki tujuan mempromosikan hotel kepada publik. Hanya dengan cara yang berbeda saja, kegiatan ini dilakukan melalui *sms broadcast* ke perusahaan atau instansi yang ada di kota Pekalongan dan Batang Jawa tengah.

Aktivitas *Sms Blast* bertujuan untuk melakukan promosi hotel Sahid Mandarin Pekalongan dan juga memberikan informasi tentang *event-event* yang akan diadakan di waktu dekat. Aktivitas *Sms Blast* juga dilakukan setiap hari, karena kegiatan itu merupakan kegiatan rutin bagi departemen *Sales and Marketing*.

5. *Table top*

Aktivitas *table top* yang dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin yang berada dalam departemen *sales and marketing* diadakan 5 atau 6 kali dalam setahun. Aktivitas ini biasanya diadakan di tempat yang tidak menentu, lebih sering diadakan di luar kota dan tidak berada di wilayah Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada di kota Pekalongan Jawa Tengah.

Aktivitas *table top* merupakan pertemuan antara semua pihak hotel yang berada di dalam *management* Sahid dan bertemu di salah satu tempat yang sudah ditentukan sebelumnya. Kegiatan ini biasanya berisi mengenai pembahasan-pembahasan pembicaraan tentang *promo-promo* atau *event* yang akan diadakan. Kegiatan *table top* berlangsung selama 3 hari 2 malam.

b. Aktivitas Non Rutin :

1. Bertemu dengan tamu VVIP

Aktivitas ini tidak dilakukan secara rutin karena hanya dilakukan ketika ada tamu VVIP yang datang atau berkunjung ke Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Tamu VVIP disini yang dimaksudkan

adalah tamu seperti pejabat negara, pemerintah, artist atau tamu yang memiliki hubungan dekat dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Seperti pada saat menteri keuangan Sri Mulyani Indrawati berkunjung ke kota Pekalongan karena ada tugas dan menginap di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, maka *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan bertemu dan menyambut kedatangan beliau. Selain itu saat ada konser dewa ft arillasso yang diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, pada saat kedatangan artist dewa maka *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan menyambut kedatangan dan menemui beliau.

2. Konferensi Pers

Aktivitas konferensi pers menjadi tanggung jawab dari *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dalam departemen *sales and marketing*, tetapi tidak menjadikan aktivitas ini menjadi rutin, karena konferensi pers berlangsung ketika akan ada event yang diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Hal yang dipersiapkan untuk menjalankan aktivitas ini adalah H-7 sebelum kegiatan berlangsung menghubungi pihak media untuk hadir dalam acara konferensi pers.

Public Relations dalam Departemen *Sales and Marketing* akan menghubungi para media melalui telpon atau sms yang ditujukan kepada para wartawan suatu perusahaan atau instansi dan kemudian pimpinan media tersebut mengutus kepada anggota wartawan yang lain untuk datang pada acara konferensi pers. *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* akan memberikan arahan kepada

narasumber mengenai topik yang akan dibahas sesuai dengan apa yang telah diarahkan.

3. *Dealing* (Negosiasi Dengan Klien)

Aktivitas *dealing* berisi mengenai kegiatan yang selalu berhubungan dengan klien Hotel Sahid Mandarin Pekalongan untuk melakukan negosiasi atau menyepakati hal-hal yang berkaitan dengan *event* yang akan diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Aktivitas ini biasanya tidak dilakukan setiap hari, melainkan ketika ada pertemuan dengan perusahaan atau instansi yang ingin memakai ruangan untuk mengadakan pertemuan dan *event-event* yang di adakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

4. *Press Release*

Aktivitas membuat *press release* merupakan salah satu aktivitas hubungan media yang di lakukan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Tetapi aktivitas ini termasuk kedalam aktivitas yang tidak dilakukan secara rutin, karena *press release* dibuat hanya ketika ada *event* atau acara yang akan di adakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Tetapi tidak semua *event* atau acara *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* dimuat di *release*, melainkan ketika acara yang akan atau telah dilaksanakan mengandung nilai jual berita yang baik atau tinggi. *Press release* yang dibuat biasanya berkaitan dengan kebijakan baru dan *event-event* besar seperti konser artis, acara otomotif, dan juga hari ulang tahun Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

5. Dokumentasi *Event*

Kegiatan dokumentasi *event* merupakan kegiatan yang tidak rutin dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada dalam departemen *sales and marketing*. Kegiatan ini dilakukan hanya ketika ada *event* atau acara yang berada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Kegiatan dokumentasi ini berguna untuk pengelolaan informasi dan dokumentasi sebagai arsip kegiatan yang diselenggarakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Selain itu aktivitas ini sebagai pencarian informasi terhadap narasumber kegiatan-kegiatan yang didokumentasikan oleh *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Melalui *public relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, diharapkan ada tindakan yang responsif dalam menanggapi perkembangan di luar maupun di dalam yang menyangkut tentang Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dan tentunya mengetahui apa yang menjadi opini publik yang kemudian diinformasikan kepada departemen yang terkait.

Sebagai fasilitator antara Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan publiknya, Departemen *Sales and Marketing* harus berhubungan dengan departemen lain yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan terutama dalam mendukung upaya promosi yang berdampak pada pemasukan hotel, membantu dalam memecahkan masalah pada setiap departemen, melakukan publikasi mengenai acara di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, dan

melakukan evaluasi terhadap setiap acara dan program yang dilakukan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

2. Pengertian *Media Relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Pengertian *media relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan berdasarkan dengan aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh manger *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Selain dengan aktivitas *media relations* yang dijalankan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan juga berdasarkan organisasi dan tata kerja Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Menurut aturan organisasi dan tata kerja Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, *public relations* departemen *sales and marketing* mempunyai tugas melaksanakan komunikasi publik melalui promosi, menjalin hubungan dengan klien, media dan mitra kerja lainnya.

Media relations di Hotel Sahid Mandarin menjadi hal yang penting untuk dijalankan, karena menurut penuturan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, *media relations* dapat menjalin dan mengembangkan hubungan yang baik antara perusahaan dengan publik untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan, yang menjadikan media sebagai sarana komunikasinya.

Pemahaman departemen *sales and marketing* dalam menjalankan *media relations* yang dilakukan oleh *public relations* dapat dilihat dari fungsi komunikasi yang melihat cara organisasi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Aktivitas yang dijalankan antara lain, *sales call* yang bertujuan melakukan promosi Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan cara mengunjungi perusahaan atau instansi, *tele marketing* yang menghubungi

perusahaan atau instansi melalui telepon agar hubungan tetap berjalan dengan baik dan menjalin hubungan dengan media untuk *event-event* yang akan diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, serta melakukan kegiatan kehumasan terutama di dalam bagian *media relations* seperti, membuat dokumentasi, *press release*, konferensi pers dan sebagainya.

Salah satu kegiatan *public relations* dalam menjalankan *media relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan adalah kegiatan dalam merancang atau mempersiapkan *event* yang akan berlangsung di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dalam 2 atau 3 bulan sekali. Hal ini menjadi sangat berpengaruh terhadap praktik *public relations* dalam menjalankan aktivitas *media relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, karena dengan merancang atau mempersiapkan *event* yang akan dibuat dalam 2 atau 3 bulan sekali, membuat secara tidak langsung mempromosikan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan kepada publik.

Dalam menjalankan *media relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, *manager public relations* juga memantau respon media dalam memberitakan acara atau kegiatan yang diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Hal itu dilakukan agar dapat menjadi bahan evaluasi bagi kinerja *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan untuk membuat rancangan kegiatan selanjutnya terutama didalam aktivitas *media relations*.

3. **Aktivitas *Media Relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan**

Aktivitas *media relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan merupakan salah satu aktivitas *public relations* yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Aktivitas *media relations* ini biasanya berhubungan dengan media-media yang terkait dengan *event* yang di adakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Menurut penuturan *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan mengatakan bahwa aktivitas *media relations* adalah aktivitas *public relations* yang paling sering dilakukan karena pihak hotel sering mengadakan *event-event* yang tentu saja melibatkan media-media.

Biasanya media yang meliput *event* yang di adakan pihak Hotel Sahid Mandarin Pekalongan adalah media-media yang memang sengaja di undang, tetapi juga ada media lain yang tidak di undang meliput *event* yang diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Beberapa media yang bekerjasama dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan adalah radar Pekalongan, suara merdeka, dan tabloit nasional.

Berdasarkan dengan kerjasama dengan media yang ada, Hotel Sahid Mandarin Pekalongan memiliki beberapa sasaran media. Berikut beberapa media yang menjadi sasaran Hotel Sahid Mandarin Pekalongan :

1. **Suara Merdeka**

Suara Merdeka merupakan salah satu media cetak yang terkenal di Pekalongan bahkan di Jawa Tengah. Suara Merdeka ini lebih dikenal dibandingkan dengan media cetak lainnya, karena isi berita lebih banyak meliput mengenai berita-berita di Jawa Tengah. Biasanya di loby-loby bank, hotel atau perusahaan lainnya menyediakan koran Suara Merdeka ini, sehingga orang Pekalongan banyak yang mengetahui koran tersebut.

Hotel Sahid Mandarin Pekalongan menjadikan Suara Merdeka target sasaran media yang digunakan untuk mempromosikan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan kepada publik terkait dengan *event* yang akan diadakan atau promo-promo terbaru dari pihak Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

2. Radar Pekalongan

Radar Pekalongan juga merupakan salah satu media cetak yang ada di Jawa Tengah yang termasuk di kota Pekalongan. Radar Pekalongan menjadi salah satu media cetak terbaik atau terpopuler di kota Pekalongan. Tidak berbeda jauh dengan media cetak sebelumnya, koran Radar Pekalongan juga biasanya disediakan di loby-loby bak dan juga hotel sehingga banyak orang yang membaca koran tersebut.

Oleh karena itu koran radar Pekalongan menjadi salah satu sasaran media bagi Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Karena dengan bekerjasama dengan radar Pekalongan maka Hotel Sahid Mandarin Pekalongan akan menjadi lebih dikenal oleh publik.

3. Tabloid Nasional

Tabloid nasional juga merupakan target sasaran media Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Tabloid Nasional dijadikan sasaran media Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dikarenakan isi dari tabloid itu sendiri berbeda dengan isi koran.

Isi tabloid lebih berfokus kepada informasi-informasi baru terkait dengan prom-promo baru mengenai traveling, bukan berisi tentang berita-berita. Selain itu tabloid lebih besar jangkauannya targetnya dibandingkan

dengan koran. Hal ini membuat Hotel Sahid Mandarin Pekalongan juga menjadikan tabloid nasional target sasaran media.

Dengan adanya target sasaran media menjadikan aktivitas *media relations* yang di lakukan oleh *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, diharapkan menjadi lebih dikenal oleh banyak masyarakat yang ada di kota Pekalongan maupun luar kota Pekalongan. Hal ini dikarenakan menurut *public relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan aktivitas *media relations* yang ada difokuskan untuk mempromosikan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan kepada masyarakat.

Biasanya promosi yang dilakukan adalah mendatangi pihak-pihak media atau sebaliknya terkadang pihak media yang datang ke Hotel Sahid Mandarin Pekalongan untuk mencari informasi terbaru tentang Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Hotel Sahid Mandarin Pekalongan sering masuk kedalam pemberitaan di media dikarenakan sering mengadakan *event-event* besar di kota Pekalongan. Oleh karena itu *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan membuat *planning event* setidaknya 2 atau 3 bulan sekali untuk mengadakan *event*.

Berhubungan dengan kegiatan *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan pada aktivitas *media relations* terdapat beberapa kegiatan yang juga dapat digolongkan sebagai kegiatan rutin dan non rutin yang pernah dijalankan, yaitu :

a. **Aktivitas media rutin :**

1. **Mempersiapkan materi *event***

Aktivitas ini dapat dikatakan sebagai aktivitas rutin *media relations* yang dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada dalam departemen *sales and marketing*, karena aktivitas ini adalah aktivitas terencana. Mempersiapkan materi *event* merupakan aktivitas *media relations* paling rutin yang dilakukan.

Aktivitas mempersiapkan *event* biasanya dilakukan setiap 2-3 bulan sekali. Biasanya aktivitas ini dilakukan 2 bulan setelah menyelesaikan *event* yang telah diadakan sebelumnya. Persiapan *event* yang dilakukan adalah merancang acara *event* yang akan diadakan, kemudian membuat proposal *event* yang akan di berikan kepada perusahaan atau instansi untuk mencari sponsor *event* yang akan diadakan.

b. **Aktivitas media non rutin :**

1. **Konferensi Pers**

Kegiatan konferensi pers ini bertujuan mengundang para media-media yang ada di pekalongan untuk meliput atau membahas *event* yang akan diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Biasanya kegiatan itu dilakukan H-7 sebelum kegiatan berlangsung, kemudian *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan menghubungi pihak media untuk hadir dalam acara konferensi pers.

2. ***Press Release***

Kegiatan *Press release* merupakan kegiatan informasi tertulis yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk media massa.

Pembuatan *press release* ini tidak dilakukan secara rutin oleh *Public Relations* dalam departemen *Sales and Marketing*.

Biasanya *public relations* dalam departemen *Sales and Marketing* membuat *press release* ketika ada *event* atau acara yang akan di adakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Tetapi tidak semua *event* atau acara *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* membuat *press release*, melainkan ketika acara yang akan atau telah dilaksanakan mengandung nilai jual berita yang baik atau tinggi.

3. Mendokumentasikan Kegiatan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Kegiatan ini juga merupakan salah satu aktivitas *media relations* yang dilakukan *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Kegiatan ini biasanya dilakukan ketika ada *event* yang diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, sehingga kegiatan ini tidak termasuk kegiatan rutin setiap hari yang dilakukan *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dalam aktivitas *media relations*. Aktivitas ini berguna untuk mengelola informasi dan dokumentasi sebagai arsip kegiatan yang diselenggarakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

4. Kunjungan media

Kegiatan ini adalah kegiatan media yang paling jarang di lakukan, sehingga kegiatan ini termasuk kedalam kegiatan non rutin. Berkunjung ke media menjadi hal yang paling jarang dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, karena menurut penuturan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan kegiatan ini tidak begitu penting.

Manager public relations Hotel Sahid Mandarin pekalongan biasanya hanya mengundang pihak media ke Hotel untuk melakukan kegiatan mengenai event-event terkait dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, sehingga jarang dilakukan kegiatan kunjungan media oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Biasanya kegiatan kunjungan media hanya dilakukan sebanyak 2 kali dalam setahun.

B. Keterlibatan Peserta Kuliah Kerja Lapangan

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilaksanakan oleh penulis di bagian departemen *sales and marketing* yang berada di Hotel Sahid Mandarin, Dupan Square Complex Jalan Dr. Sutomo – Pekalongan selama 31 hari yang dimulai dari tanggal 26 September sampai dengan 31 Oktober 2016. Penulis mengikuti jadwal kerja sesuai hari kerja karyawan dimulai hari Senin-Sabtu, pada hari Senin-Jumat jam kerja dimulai pukul 08.00-16.00 WIB dan hari Sabtu jam kerja dimulai pukul 08.00-14.00 WIB.

Saat tiba di hotel Sahid Mandarin Pekalongan, penulis langsung bertemu dengan staf HRD. Beliau menjelaskan secara singkat mengenai aturan kerja, seperti jam masuk kerja dan pakaian yang harus digunakan pada saat bekerja. Kemudian memastikan kelengkapan berkas yang diajukan saat mengajukan permohonan magang. Setelah itu penulis diarahkan kepada Kepala Departemen *Sales and Marketing* selaku pembimbing penulis selama menjalankan KKL. Setelah berkenalan, beliau menjelaskan tentang kegiatan kerja di Departemen *Sales and Marketing*.

Selama 31 hari bergabung di Sales and Marketing Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, penulis mendapatkan pengalaman-pengalaman baru yang tidak pernah penulis dapatkan sebelumnya. Setelah penulis berkenalan dengan seluruh staff, mengenal departemen yang ada dan mendengarkan penjelasan mengenai kegiatan kerja di Departemen *Sales and Marketing*, penulis langsung ikut membantu dalam menjalankan kegiatan yang selalu dilakukan *Sales Executive* yang biasa disebut *Sales Call*.

Pada aktivitas KKL ini, penulis dilibatkan dalam aktivitas yang berkaitan di dalam Departement *Sales and Marketing* yaitu promosi dan *sales call* kepada perusahaan atau instansi yang ada di kota Pekalongan dan Batang Jawa Tengah.

Terkait dengan adanya aktivitas tersebut yang dilakukan penulis terlibat dalam beberapa aktivitas di Departemen *Sales and Marketing* dan aktivitas lainnya, yang dijabarkan sebagai berikut :

a. Aktivitas di Departemen *Sales and Marketing* :

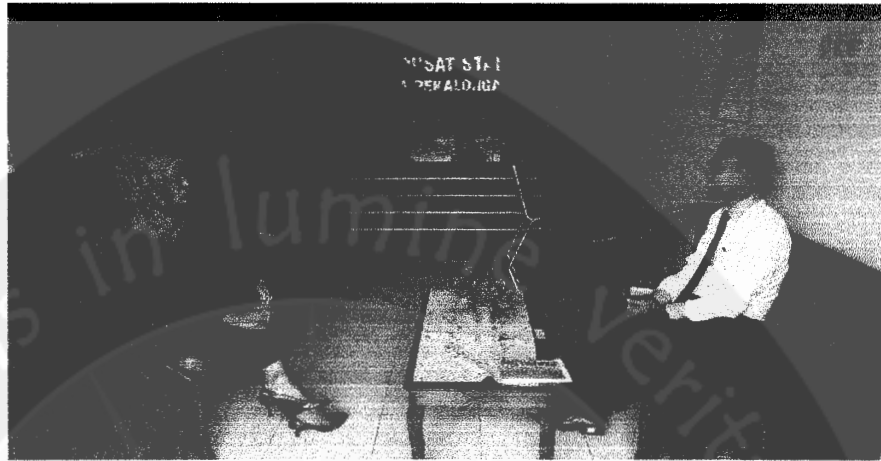
1. *Sales call*

Aktivitas *sales call* ini merupakan tugas dari bagian Departemen *Sales and Marketing* dalam melakukan kunjungan ke perusahaan atau instansi untuk melakukan promosi. Dalam aktivitas ini penulis membantu *Sales Executive* untuk melakukan kegiatan rutin kunjungan ke perusahaan atau instansi yang ada di kota Pekalongan dan Batang Jawa Tengah.

Kegiatan *sales call ini* bertujuan untuk menawarkan promo-promo terbaru yang ada di Hotel Sahid Mandarin, selain itu juga memberikan informasi mengenai *event-event* yang akan diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Aktivitas *sales call ini* dilakukan setiap hari dari jam 9 pagi

sampai jam 12 siang atau sebelum makan siang, kemudian dilanjutkan lagi jam 1 siang atau setelah jam makan siang sampai selesai.

Gambar 3.1 Kegiatan *sales call*



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Gambar diatas diambil pada saat sedang melakukan aktivitas *sales call* ke Badan Pusat Statistik Pekalongan pada tanggal 24 Oktober 2016. Pada gambar diatas sedang melakukan penawaran atas promo terbaru pada Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

2. *Tele Marketing*

Aktivitas *tele marketing* ini juga merupakan aktivitas atau tugas dari bagian departemen *Sales and Marketing*. Aktivitas ini juga merupakan aktivitas promosi dan untuk menjalin hubungan dengan perusahaan dan instansi yang ada di kota Pekalongan dan Batang Jawa Tengah dengan cara menghubungi melalui telepon.

Aktivitas ini juga bertujuan untuk mempertahankan hubungan antara Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan perusahaan atau instansi yang pernah menggunakan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan sebagai tempat untuk

mengadakan *event* atau kegiatan dalam perusahaan. Sehingga hubungan yang dijalin tetap berjalan baik dan dapat menjadi mitra kerjasama dalam waktu kedepan. Aktivitas *tele marketing* dilakukan setiap hari karena merupakan kegiatan rutin dari departemen *Sales and Marketing*.

3. *Sms Blast*

Sms Blast juga merupakan aktivitas dari departemen *Sales and Marketing*. Aktivitas ini tidak jauh berbeda dengan aktivitas lainnya seperti, *Sales Call*, dan *Tele Marketing*. Aktivitas *Sms Blast* ini dilakukan melalui *sms broadcast* ke perusahaan atau instansi yang ada di kota Pekalongan dan Batang Jawa tengah.

Aktivitas *Sms Blast* bertujuan untuk melakukan promosi hotel Sahid Mandarin Pekalongan dan juga memberikan informasi tentang *event-event* yang akan diadakan di waktu dekat. Aktivitas *Sms Blast* juga dilakukan setiap hari, karena kegiatan itu merupakan kegiatan rutin bagi departemen *Sales and Marketing*.

4. *Dealing* (Negosiasi Dengan Klien)

Aktivitas *dealing* ini juga termasuk kedalam aktivitas yang dapat dikatakan bukan aktivitas yang rutin, karena aktivitas *dealing* atau negosiasi dengan klien ini tidak dilakukan setiap hari. Aktivitas *dealing* ini biasanya berhubungan dengan klien, karena melakukan negosiasi atau menyepakati hal-hal yang terkait dengan *event* yang akan diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Aktivitas ini biasanya tidak dilakukan setiap hari, melainkan ketika ada perusahaan atau instansi yang ingin memakai ruangan untuk mengadakan pertemuan dan *event-event* yang di adakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

5. Menyebar Brosur

Aktivitas menyebar brosur ini dapat digolongkan menjadi aktivitas yang tidak rutin di departemen *Sales and Marketing*, karena aktivitas ini dilakukan ketika akan ada *event* baru yang diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Biasanya brosur yang disebar adalah brosur *event* yang akan diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dalam waktu dekat.

Selain brosur *event* yang disebar, brosur promo-promo hotel juga akan disebar. Aktivitas menyebar brosur ini biasanya dilakukan tidak menentu, hanya ketika ada *event* yang akan diadakan, atau ketika ada promo terbaru dari hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

b. Aktivitas lainnya :

1. Mengambil dokumentasi

Dalam aktivitas ini biasanya penulis ditugaskan untuk mengambil dokumentasi apapun yang terkait dengan kegiatan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Pengambilan dokumentasi ini sering dilakukan karena di Hotel Sahid Mandarin beberapa kali mengadakan *event*. Selain dokumentasi *event* yang diambil, biasanya penulis ditugaskan untuk mengambil dokumentasi pada saat Hotel Sahid Mandarin Pekalongan kedatangan tamu-tamu VIP atau artist.

Misalkan pada saat menteri keuangan Sri Mulayani datang ke Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, maka penulis bertugas mengambil dokumentasi terkait dengan penyambutan pihak Hotel Sahid Mandarin Pekalongan atas kedatangan beliau. Selain itu penulis juga terkadang ditugaskan untuk

mengambil dokumentasi acara pernikahan yang diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, dikarena untuk menyimpan bukti dokumentasi acara yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Gambar 3.2 Mengambil dokumentasi



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Gambar diatas diambil pada saat sedang melakukan kegiatan mengambil dokumentasi. Dokumentasi yang diambil adalah salah satu acara pernikahan yang diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan pada tanggal 1 Oktober 2016

2. Kegiatan olahraga pagi

Kegiatan olahraga ini menjadi kegiatan yang dilakukan satu kali dalam satu bulan di setiap minggu pertama. Olahraga pagi biasanya di mulai jam 7 pagi sampai jam 9 pagi di hari sabtu. Kegiatan olahraga pagi diadakan dilapangan volly Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dan dimulai dengan olahraga senam yang kemudian dilanjutkan dengan bermain volly bersama-sama.

Kegiatan olahraga pagi diikuti oleh semua karyawan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan di semua departemen yang ada. Kegiatan olahraga pagi ini bertujuan untuk saling mengakrabkan dan saling mengenal satu karyawan dengan karyawan lainnya yang berada di setiap masing-masing departemen Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Gambar 3.3 Olahraga pagi



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Gambar di atas diambil pada saat semua karyawan disetiap departemen sedang melakukan kegiatan olahraga pagi pada tanggal 8 Oktober 2016.

Gambar diatas menunjukkan para karyawan sedang bermain olahraga volly bersama-sama.

3. Menjaga *stand* makanan di pekan batik

Pada kegiatan ini penulis ditugaskan untuk menjaga stand makanan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang ada di lapangan jatayu Pekalongan. Stand makanan ini disewa selama 1 minggu dari tanggal 3-9 Oktober 2016 oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Acara ini diadakan dalam rangka merayakan hari batik nasional, sehingga pemerintah Pekalongan mengadakan pameran batik dan stand makanan yang ada di lapangan jatayu Pekalongan.

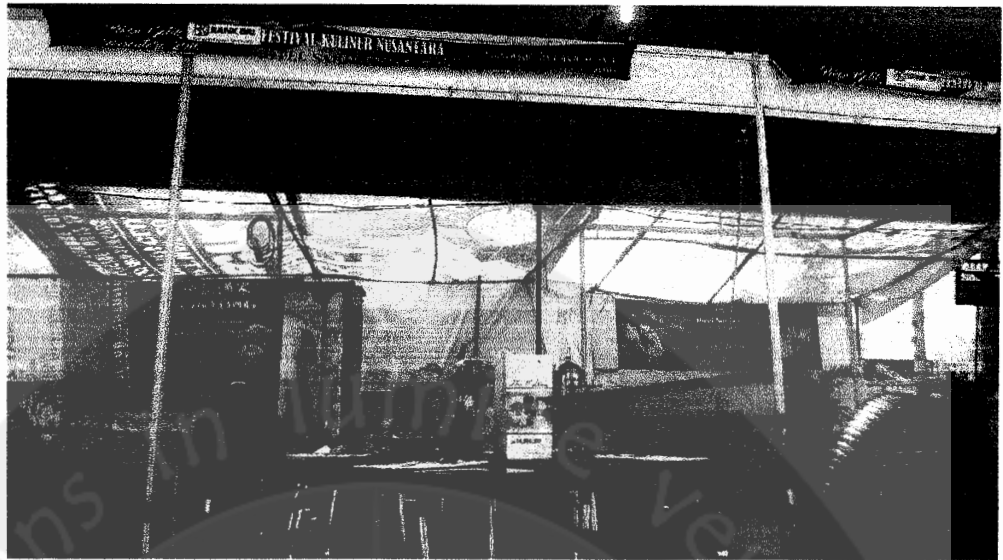
Dalam kegiatan ini penulis ditugaskan untuk menjaga *stand* makanan Hotel Sahid Mandarin Pckalongan yang ada di lapangan jatayu Pekalongan sesuai dengan *shift* yang di tentukan oleh *manager* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Penulis ditugaskan pada tanggal 7 Oktober 2016 dari pukul 12.00 sampai pukul 18.00. Dalam tugas ini penulis selain menjaga *stand* ditugaskan untuk membantu menjualkan makanan dan minuman yang dijual oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Gambar 3.4 *Stand* kuliner di lapangan jatayu Pekalongan



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Gambar 3.5 *Stand* makanan di lapangan jatayu Pekalongan dalam pekan batik



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Gambar diatas diambil ketika sedang menjaga *stand* makanan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada di lapangan Jatayu Pekalongan dalam rangka pekan batik nasional dan pekan kuliner pada tanggal 7 Oktober 2016.

4. Panitia acara konser Dewa ft Arillaso

Dalam kegiatan ini penulis ditugaskan oleh *manager* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan untuk menjadi bagian panitia acara konser Dewa ft Arillaso. Dalam kegiatan ini penulis bersama karyawan lain dari setiap masing-masing departemen berkumpul bersama menjadi panitia konser Dewa ft Arillaso. Setiap panitia memiliki tugas yang berbeda-beda. Ada yang menjadi *ticketing* dan juga penunjuk arah kursi tempat duduk penonton.

Sebelum acara berlangsung semua panitia melakukan *briefing* terlebih dahulu untuk mendapatkan tugas masing-masing dan mendapatkan penjelasan tugas dari pimpinan. Dalam kegiatan ini penulis mendapatkan tugas sebagai penunjuk kursi tempat duduk penonton sesuai dengan nomor agar tidak

tersesat. Tugas ini berguna agar setiap penonton yang menonton konser Dewa ft Arilasso dapat duduk sesuai dengan nomor yang telah ditentukan. Kegiatan ini berguna agar acara dapat berjalan sesuai dengan rencana yang diharapkan.

Gambar 3.6 *Briefing* panitia konser dewa ft arilasso



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Gambar diatas diambil pada saat panitia acara konser Dewa ft Arilasso sedang melakukan *briefing* untuk mendapatkan pengarahan mengenai tugas masing-masing dari panitia. Acara tersebut diadakan pada tanggal 1 Oktober 2016.

5. *Training*

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan dua kali dalam sebulan. Kegiatan *training* ini diikuti oleh semua karyawan di setiap departemen yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberitahukan kepada karyawan Hotel Sahid Mandarin

Pekalongan mengenai ketentuan atau kebijakan-kebijakan yang ada di standar hotel tergantung dengan materi yang dipersiapkan.

Pada saat kegiatan *training* ini penulis mendapatkan materi mengenai kebersihan-kebesihan yang seharusnya ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Sehingga kegiatan *training* ini menjadi bermanfaat bagi semua karyawan yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, karena dapat mengetahui bagaimana seharusnya kebersihan dan kelayakan hotel pada umumnya.

Gambar 3.7 Kegiatan *training*



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

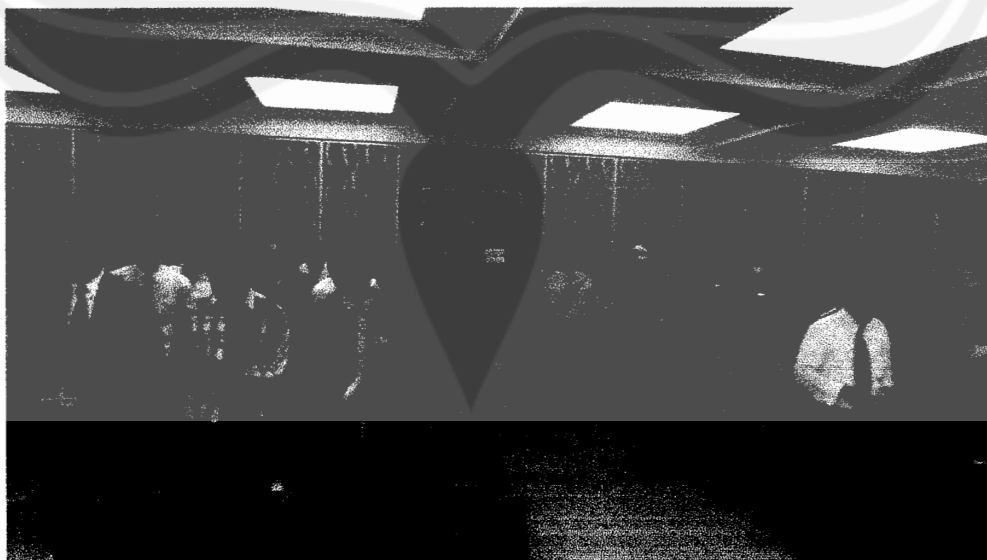
Gambar diatas diambil pada saat semua karyawan dari semua departemen yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan mengikuti kegiatan *training* pada tanggal 14 Oktober 2016. Pada gambar di atas *training* membahas tentang kebersihan dan ketentuan hotel pada umumnya. Kegiatan *training* ini menjadikan semua karyawan mengetahui bagaimana seharusnya kebersihan standar yang ada di hotel dan ketentuan hotel seharusnya.

6. *General staff meeting*

Kegiatan *general staff meeting* ini tidak jauh berbeda dengan kegiatan *training* pada Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Hal yang membedakan dengan kegiatan *training* adalah dalam pembahasannya. Pada *general staff meeting* ini lebih ditujukan untuk pembahasan mengenai hotel Sahid Mandarin pekalongan, baik itu *event* atau acara lain yang akan diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Kegiatan ini dilakukan kurang lebih 3 bulan sekali dan diikuti oleh semua karyawan disetiap masing-masing departemen yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Pada saat penulis mengikuti kegiatan ini ada tamu penting yaitu pimpinan Hotel Sahid selaku *Head of Sales Marketing*. Pada saat kegiatan beliau yang seutuhnya menjadi pembicara dari awal sampai akhir kegiatan. Kegiatan tersebut membahas mengenai target yang telah ditentukan oleh Hotel Sahid Pusat. Selain itu pembahasan yang lain adalah memberikan penghargaan kepada *the best employee*.

Gambar 3.8 *general staff meeting*



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Gambar di atas diambil pada saat semua staff Hotel Sahid Mandarin Pekalongan sedang mengikuti *general staff meeting* pada tanggal 27 Oktober 2016 yang membahas mengenai target baru dari Hotel Sahid pusat yang di pimpin oleh pembicara dari Hotel Sahid selaku *Head of Sales Marketing*

C. Analisis Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

1. Analisis Gambaran Umum *Public Relations* Pada Departemen *Sales and Marketing* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Public relations dalam departemen *sales and marketing* dapat menjalin hubungan dengan *stakeholder* seperti, perusahaan atau instansi, media, dan pihak-pihak yang terkait dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan baik. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Iriantara (2006. h.5) bahwa *public relations* memiliki beberapa fungsi, salah satu fungsi *Public Relations* adalah menjalin komunikasi dan relasi dengan publik-publik organisasi.

Departemen *sales and marketing* sangat sering berhubungan dengan klien-klien, sehingga ini menjadi keuntungan bagi *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang berada di dalam departemen *sales and marketing*. *Public relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan berperan sebagai komunikator atau penghubung antara Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan publik, karena menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, dan Glen M. Broom (2011. h.242), program yang efektif harus menjalin komunikasi dan membangun hubungan dengan “publik sasaran” yang didefinisikan secara spesifik atau “publik strategis.”

Public relations di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan juga memberikan tindakan yang responsif dalam menanggapi perkembangan di

luar maupun di dalam yang menyangkut tentang Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dan tentunya juga berkaitan dengan seluruh departemen yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Hal yang paling sering dilakukan oleh *public relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan adalah merespon tentang opini-opini publik yang berkaitan dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Salah satu contoh yang sering terjadi adalah ketika adanya keluhan-keluhan yang dialami oleh klien mengenai makanan yang dipersiapkan pihak hotel untuk acara yang diadakan oleh klien. Biasanya klien sering mengeluh mengenai makanan yang tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak memuaskan. Hal ini tentu saja menjadi bagian dari tugas *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan untuk menyampaikan keluhan tersebut kepada departemen yang terkait.

Selain mempunyai tugas melaksanakan komunikasi publik melalui publikasi atau promosi, menjalin hubungan dengan klien yaitu perusahaan atau instansi, pemerintah, dan media, *public relations* juga menjadi fasilitator antara Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan publiknya. Tentu saja ini menjadi hal yang sangat penting bagi Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, karena mendukung upaya promosi yang berdampak pada pemasukan hotel, membantu dalam memecahkan masalah pada setiap departemen, dan tentu saja berpengaruh kepada kesuksesan maupun kegagalan dari perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, dan Glen M. Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* (2011. h.6), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

2. Analisis Pengertian *Media Relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Media relations merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* untuk menyampaikan pesan atau suatu informasi dari suatu organisasi kepada publik yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak media untuk menciptakan publisitas dan citra positif organisasi tersebut. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Diah Wardhani (2008. h.167), bahwa hubungan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik.

Menurut penuturan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, *public relations* membutuhkan media sebagai salah satu alat dalam penyampaian pesan yang paling efektif dari suatu perusahaan terhadap publik. Biasanya pesan yang ingin disampaikan dari *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan mengenai informasi-informasi baru mengenai hotel, baik itu promo-promo terbaru maupun *event-event* terdekat yang akan segera diadakan oleh pihak Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Selain *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang membutuhkan media sebagai sarana penyampaian pesan mengenai perusahaan kepada publik, media juga pasti membutuhkan *public relations* Hotel Sahid Mandarin pekalongan untuk menggali informasi lebih mengenai profil dan data tentang Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Oleh karena itu *public relations* Hotel Sahid Mandarin dan media berada dalam posisi yang saling menguntungkan dan membutuhkan.

Manager public relations Hotel Sahid Mandarin sering berhubungan dengan media, dikarenakan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan sering mengadakan *event* dan membuat promo-promo terbaru terkait dengan kebijakan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Oleh karena itu penulis menganalisis hubungan media yang dijalankan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin sejalan dengan teori yang dikemukakan Cutlip, Center, dan Broom (2011. h.310) yang merumuskan beberapa pedoman dalam menjalin *media relations* yang baik, sebagai berikut:

1. *Public relations* menyampaikan informasi dengan jujur

Kejujuran adalah kebijakan terbaik. Aset yang paling penting dalam menghadapi suatu media adalah kredibilitas. Kredibilitas merupakan sesuatu yang dibangun dalam kurun waktu yang cukup lama. Dengan adanya kredibilitas dari seorang *public relations*, maka media akan mudah mempercayai organisasi tersebut.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan yang mengatakan bahwa ketika media menanyakan apapun mengenai hotel, *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan selalu mengatakan apa adanya dengan jujur tanpa menyembunyikan hal-hal mengenai hotel.

2. *Public relations* memberikan pelayanan

Cara yang paling tepat dalam menjalin hubungan yang baik dengan media adalah memberikan berita yang layak, menarik, dan baru sesuai dengan kebutuhan media tersebut. *Public relations* harus siap menerima panggilan kapan saja dari pihak media.

Terkadang media membutuhkan informasi kapan saja mengenai suatu organisasi.

Untuk hal ini *manger public relations* Hotel Sahid Mandarin belum pernah mendapatkan panggilan mendadak dari media untuk wawancara mengenai informasi yang terkait dengan hotel. Tetapi *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan mengatakan jika memang ada media yang memanggil untuk wawancara mengenai informasi hotel, maka akan siap ketika tidak berhalangan hadir.

3. *Public Relations* tidak boleh merengek atau mengomel ketika beritanya tidak dipublikasikan oleh media

Untuk hal ini *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan mengatakan tidak akan mengeluh ketika beritanya tidak dimuat di media. Hal ini pernah terjadi ketika *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan meminta media untuk memasukan informasi mengenai hotel kedalam media tetapi tidak dimuat kedalam media.

Dengan adanya hal seperti ini *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan lebih bersikap cuek dan berfikir positif, dan mengatakan beritanya lebih sering dimuat dimedia daripada tidak dimuat kedalam media.

4. *Public relations* tidak memiliki hak dalam menuntut media untuk mencabut berita yang telah dipublikasikan kepada publik

Manager public relations Hotel Sahid Mandarin Pekalongan tidak pernah mencabut berita yang telah dipublikasikan kepada

publik. Hal ini dikarenakan berita yang dimuat oleh media mengenai informasi Hotel Sahid Mandarin Pekalongan telah mendapatkan persetujuan dari *manager public relations* bahkan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan sendiri yang meminta ke media untuk beritanya dimuat kedalam media. Oleh karena itu hal ini tidak pernah terjadi.

Berdasarkan rumusan beberapa pedoman dalam menjadlin media relations yang baik yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom (2011. h.310) dapat dikatakan sejalan dengan hubungan media yang biasa dijalankan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

3. Analisis Aktivitas *Media Relations* di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Aktivitas *media relations* merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* Hotel Sahid Mandarin pekalongan. Berikut aktivitas *media relations* yang pernah dijalankan oleh *public relations* di departemen *Sales and Marketing* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan:

1. Siaran Pers dan Konferensi Pers

Manager public relations Hotel Sahid Mandarin Pekalongan akan mengadakan konferensi pers pada saat ada kebijakan baru, atau promo baru dan ketika akan mengadakan event dalam waktu dekat. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Diah Wardhani (2008. h.124) bahwa Konferensi pers merupakan kegiatan pertemuan dengan media massa yang direncanakan oleh organisasi untuk menyampaikan kebijakan baru,

peluncuran produk atau jasa baru, pengembangan usaha organisasi atau pemberitahuan mengenai akan diselenggarakan spesial *event* tertentu

Pembuatan konferensi pers untuk acara atau *event* yang diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan menjadi tanggung jawab *public relations* di Departemen *Sales and Marketing*. *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* juga bertanggung jawab dalam mencari media yang akan diundang, membuat *press release*, membuat daftar hadir media dan menghubungi media untuk acara atau *event* yang akan diadakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Siaran pers dibuat beberapa hari dan sekaligus menjadi materi untuk konferensi pers bagi media yang hadir.

Hal-hal yang dipersiapkan untuk menjalankan aktivitas ini adalah H-7 sebelum kegiatan berlangsung menghubungi pihak media untuk hadir dalam acara konferensi pers. *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* akan menghubungi para media melalui telpon atau sms yang ditujukan kepada para wartawan suatu perusahaan atau instansi dan kemudian pimpinan media tersebut mengutus kepada anggota wartawan yang lain untuk datang pada acara konferensi pers. *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* akan memberikan arahan kepada narasumber mengenai topik yang akan dibahas sesuai dengan apa yang telah diarahkan.

Pada hari pelaksanaan acara berlangsung, *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* akan berada di ruangan konferensi pers sampai dengan acara selesai untuk membantu menjaga kelancaran selama konferensi pers berlangsung. Tidak menutup kemungkinan jika pertanyaan yang ditanyakan wartawan terkadang tidak sesuai dengan topik yang

dibahas atau diinformasikan dari perusahaan. Kemudian setelah konferensi pers selesai, *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* akan melakukan evaluasi mengenai informasi apa saja yang disampaikan saat konferensi pers termuat di surat kabar cetak atau online.

2. *Press Release*

Press release merupakan informasi tertulis yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk media massa. Pembuatan *press release* ini tidak dilakukan secara rutin oleh *Public Relations* dalam departemen *Sales and Marketing*. Biasanya *public relations* dalam departemen *Sales and Marketing* membuat *press release* ketika ada *event* atau acara yang akan di adakan di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Tetapi tidak semua *event* atau acara *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* membuat *press release*, melainkan ketika acara yang akan atau telah dilaksanakan mengandung nilai jual berita yang baik atau tinggi. Karena menurut Diah Wardhani (2008. h.92), dalam pembuatan *press release* diperlukan data atau fakta yang menarik yang terkait dengan adanya salah satu unsur berita.

Press release yang dibuat biasanya berkaitan dengan kebijakan baru dan *event-event* besar seperti konser artis, acara otomotif, dan juga hari ulang tahun Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Hal-hal yang perlu dipersiapkan dalam aktivitas *press release* adalah membuat *press release* sesegera mungkin dan menghubungi media. Kemudian memastikan bahwa judul dalam *press release* sudah benar dan menarik, selain itu isi juga mudah dipahami pembaca dan mencerminkan isi berita, susunan kalimat tidak bertele-tele, pilihan kata yang digunakan tepat, konten berita

mengandung 5W+1H (*who, what, when, why, where, and who*) dan memiliki nilai jual berita tinggi.

Setelah *press release* selesai ditulis, maka *release* tersebut dikirim melalui *e-mail* ke beberapa media yang telah diajak bekerjasama dengan organisasi dan *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* memastikan *release* tersebut telah dikirim dengan menghubungi salah satu anggota dari wartawan setiap media melalui telepon atau SMS yang menerangkan bahwa organisasi telah mengirim *release*. Setelah itu *Public Relations* dalam Departemen *Sales and Marketing* mengevaluasi *release* yang telah termuat di surat kabar atau online.

3. Mendokumentasikan Kegiatan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan

Dokumentasi merupakan aktivitas dari *Public Relations* yang ada di departemen *Sales and Marketing*. Aktivitas dokumentasi ini berguna untuk pengelolaan informasi dan dokumentasi sebagai arsip kegiatan yang diselenggarakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Tetapi aktivitas ini bukan merupakan aktivitas rutin yang dilakukan setiap hari, melainkan dilakukan setiap kali ada *event* atau acara yang berlangsung di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Selain itu aktivitas ini sebagai pencarian informasi terhadap narasumber kegiatan-kegiatan yang didokumentasikan oleh *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

4. Mempersiapkan materi *event*

Mempersiapkan *event* merupakan aktivitas *media relations* yang dapat digolongkan sebagai aktivitas *media relations* yang rutin dijalankan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin pekalongan. Karena mempersiapkan *event* merupakan aktivitas yang terencana.

Aktivitas mempersiapkan *event* biasanya dilakukan setiap 2-3 bulan sekali. Biasanya aktivitas ini dilakukan 2 bulan setelah menyelesaikan *event* yang telah diadakan sebelumnya. Persiapan *event* yang dilakukan adalah merancang acara *event* yang akan diadakan, kemudian membuat proposal *event* yang akan di berikan kepada perusahaan atau instansi untuk mencari sponsor *event* yang akan diadakan. Materi *event* yang dipersiapkan adalah materi yang berbeda dengan materi *event* sebelumnya, hal ini bertujuan untuk mengadakan *event* yang lebih baik dari *event* yang sebelumnya diadakan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

5. Kunjungan media

Menurut Nurudin (2008. h.41) Kunjungan media merupakan salah satu aktivitas media yang dilakukan oleh *public relations*. Tetapi kunjungan media adalah aktivitas *media relations* yang paling jarang di lakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Berkunjung ke media menjadi hal yang paling jarang dilakukan oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, karena menurut penuturan *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan kegiatan ini tidak begitu penting.

Biasanya *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan tidak datang ke media, melainkan hanya mengundang pihak media ke hotel untuk melakukan kegiatan mengenai *event-event* terkait dengan Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, sehingga jarang dilakukan kegiatan kunjungan media oleh *manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Biasanya kegiatan kunjungan media hanya di lakukan sebanyak 2 kali dalam setahun.

selain itu penulis melihat bahwa aktivitas *media relations* yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan tidak dikelola oleh manajemen *public relations*, yang meliputi empat proses langkah pemecahan masalah. Seharusnya *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan menjalankan empat proses langkah pemecahan masalah sesuai dengan teori fungsi manajemen menurut Scott M. Cutlip, Allen H Center, dan Glen M. Broom (2011. h.320) untuk mengelola aktivitas *media relations* yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan.

Dalam mendefinisikan *problem* atau peluang yang mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan tindakan dan dipengaruhi oleh kebijakan organisasi. *Manager public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan tidak menjalankan aktivitas *media relations* berdasarkan dengan peluang yang ada, yang berkaitan dengan hal-hal yang sedang banyak diminati oleh publik.

Manager public relations Hotel Sahid Mandarin Pekalongan juga belum mengelola aktivitas *media relations* berdasarkan dengan perencanaan dan pemograman serta mengambil tindakan yang ada dalam manajemen *public relations*. Pada evaluasi program, *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan melakukan evaluasi atas kegiatan atau *event* yang telah dijalankan untuk melihat apakah *media relations* dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan.

Aktivitas *media relations* yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan seharusnya dikelola dalam manajemen *public relations*, sehingga

public relations di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan juga lebih mudah mengelola kegiatan yang berhubungan dengan media agar aktivitas-aktivitas *media relations* yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dapat berjalan dengan lebih baik dan terencana.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Public relations dalam departemen *sales and marketing* menjadi penghubung antara Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dengan publik. Selain itu *public relations* dalam departemen *Sales and Marketing* mempunyai tugas melaksanakan komunikasi publik melalui publikasi atau promosi, menjalin hubungan dengan klien yaitu perusahaan atau instansi, pemerintah, dan media. Selain itu aktivitas *media relations* juga merupakan aktivitas lain yang dilakukan *public relations* dalam departemen *sales and marketing*.

Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan dijalankan hanya ketika ada kebijakan baru atau promo-promo terbaru dan *event* yang akan diadakan dalam waktu dekat oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Hal ini disebabkan karena, *public relations* tergabung kedalam departemen *Sales and Marketing* dan tidak memiliki departemen sendiri secara khusus. Hal ini membuat *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan lebih berfokus pada kegiatan dalam *sales and marketing*.

Aktivitas *media relations* yang ada di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan adalah konferensi pers, membuat *press release*, mendokumentasikan kegiatan, mempersiapkan materi *event*, dan kunjungan media. Konferensi pers dilakukan ketika ada kebijakan baru atau promo terbaru dari hotel dan ketika akan ada *event* diadakan. Membuat *press release* juga dilakukan ketika ada kebijakan baru dan promo terbaru dari hotel, tetapi tidak semua kebijakan atau promo dimuat di *release*, hanya saat ketika isi dari berita mengandung nilai berita yang tinggi. Mendokumentasikan kegiatan berguna untuk pengelolaan informasi dan

dokumentasi sebagai arsip kegiatan yang diselenggarakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan. Sedangkan mempersiapkan materi *event* dilakukan untuk merancang *event* kedepan yang akan diadakan oleh Hotel Sahid Mandarin Pekalongan, dan biasanya dilakukan 2-3 bulan sekali. Dan yang terakhir adalah kunjungan media, aktivitas ini adalah aktivitas yang paling jarang dijalankan dikarenakan menurut manager *public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan tidak begitu penting.

B. Saran

Berdasarkan pengamatan dan analisis penulis, maka penulis ingin memberikan saran kepada Hotel Sahid Mandarin pekalongan dalam beberapa hal, yaitu :

1. Pihak Hotel Sahid Mandarin Pekalongan membuat departemen khusus untuk *public relations*, sehingga tidak tergabung dengan departemen lainnya.
2. Aktivitas *media relations* yang belum berjalan dengan rutin seperti kunjungan media lebih sering dijalankan lagi, karena kunjungan media merupakan salah satu aktivitas *media relations* yang penting untuk menjalin hubungan dengan media agar menjadi lebih dekat dan baik.
3. *Public relations* Hotel Sahid Mandarin Pekalongan tidak hanya berfokus kepada aktivitas yang ada di departemen *sales and marketing*, tetapi juga pada aktivitas *public relations* terutama di dalam aktivitas *media relations*.

DAFTAR PUSTAKA

Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M. (2011). *Effective Public Relations, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.

Iriantara Yosai, A. Yani Surachman. (2006). *Public Relations Writing : Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Lattimore Dan, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth. (2010). *Public Relations : Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.

Nurudin. (2008). *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wardhani, Diah. (2008). *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

<http://www.sahidhotels.com/sahid-pekalongan.html> di akses pada tanggal 6 September 2016.

<http://propertipantura.co.id/2015/12/23/pekalongan-layak-investasi-hotel-berbintang/> di akses pada tanggal 14 Desember 2016.



HOTEL
SAHID MANDARIN
PEKALONGAN

Where Tradition, Culture and Service Merge

CERTIFICATE OF INTERNSHIP

This is to certify that

Ricky Hariyanto

Universitas Atma Jaya Yogyakarta | Public Relations / Advertising

Has successfully complete an internship at

HOTEL SAHID MANDARIN PEKALONGAN

Marketing (Public Relations)

During the period of : September 26'2016 to October 31'2016

Pekalongan, October 31'2016

Sigit Laksmana
Asst. HR. Manager

Eriawan Wibowo
General Manager

**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

RAHASIA
Dibuat Rangkap 2 (dua) :
Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan *)
Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Ricky Hariyanto
NIM : 120904719

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Hotel SAHID HANNDARIN PEKALONGAN
pada tanggal 26 September 2016 sampai dengan 31 Oktober 2016
dan diberikan penilaian sebagai berikut :

No.	ASPEK PENILAIAN	Nilai **)
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat)	92
2.	KREATIVITAS (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL)	88
3.	KERJASAMA (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam): (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja intitusi.	94
4.	KEHADIRAN (Penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut) : Sakit : ⁴ hari Ijin : hari Alpa : hari Total Hadir : ²⁷ hari	90

KESAN UMUM :

Dapat bekerja dengan baik dan mudah untuk beradaptasi

Pekalongan, 31-10-16

Pembimbing di Lokasi KKL



*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL

**) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100

**ABSENSI MAHASISWAMAGANG
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
OKTOBER 2016**

No	Nama	NPM	Tanggal	Jam Berangkat	Ttd	Jam Pulang	Ttd
1	Ricky Hariyanto	120904719	1-Oct-16	07.50	<i>Ricky</i>	14.30	<i>Ricky</i>
2	Ricky Hariyanto	120904719	2-Oct-16				
3	Ricky Hariyanto	120904719	3-Oct-16	07.50	<i>Ricky</i>	16.30	<i>Ricky</i>
4	Ricky Hariyanto	120904719	4-Oct-16	07.50	<i>Ricky</i>	16.00	<i>Ricky</i>
5	Ricky Hariyanto	120904719	5-Oct-16	Sakit			
6	Ricky Hariyanto	120904719	6-Oct-16	07.50	<i>Ricky</i>	16.00	<i>Ricky</i>
7	Ricky Hariyanto	120904719	7-Oct-16	07.50	<i>Ricky</i>	17.50	<i>Ricky</i>
8	Ricky Hariyanto	120904719	8-Oct-16	07.00	<i>Ricky</i>	14.00	<i>Ricky</i>
9	Ricky Hariyanto	120904719	9-Oct-16				
10	Ricky Hariyanto	120904719	10-Oct-16	07.50	<i>Ricky</i>	16.10	<i>Ricky</i>
11	Ricky Hariyanto	120904719	11-Oct-16	07.52	<i>Ricky</i>	16.15	<i>Ricky</i>
12	Ricky Hariyanto	120904719	12-Oct-16	07.45	<i>Ricky</i>	16.00	<i>Ricky</i>
13	Ricky Hariyanto	120904719	13-Oct-16	07.51	<i>Ricky</i>	16.00	<i>Ricky</i>
14	Ricky Hariyanto	120904719	14-Oct-16	07.46	<i>Ricky</i>	16.00	<i>Ricky</i>
15	Ricky Hariyanto	120904719	15-Oct-16	07.45	<i>Ricky</i>	14.00	<i>Ricky</i>
16	Ricky Hariyanto	120904719	16-Oct-16				
17	Ricky Hariyanto	120904719	17-Oct-16	07.49	<i>Ricky</i>	16.10	<i>Ricky</i>
18	Ricky Hariyanto	120904719	18-Oct-16	Sakit			
19	Ricky Hariyanto	120904719	19-Oct-16	Sakit			
20	Ricky Hariyanto	120904719	20-Oct-16				
21	Ricky Hariyanto	120904719	21-Oct-16	07.48	<i>Ricky</i>	16.15	<i>Ricky</i>
22	Ricky Hariyanto	120904719	22-Oct-16	07.55	<i>Ricky</i>	14.30	<i>Ricky</i>
23	Ricky Hariyanto	120904719	23-Oct-16				
24	Ricky Hariyanto	120904719	24-Oct-16	08.00	<i>Ricky</i>	16.15	<i>Ricky</i>
25	Ricky Hariyanto	120904719	25-Oct-16	07.56	<i>Ricky</i>	16.25	<i>Ricky</i>
26	Ricky Hariyanto	120904719	26-Oct-16	07.57	<i>Ricky</i>	16.20	<i>Ricky</i>
27	Ricky Hariyanto	120904719	27-Oct-16	07.56	<i>Ricky</i>	18.00	<i>Ricky</i>
28	Ricky Hariyanto	120904719	28-Oct-16	08.00	<i>Ricky</i>	16.30	<i>Ricky</i>
29	Ricky Hariyanto	120904719	29-Oct-16	07.58	<i>Ricky</i>	15.30	<i>Ricky</i>
30	Ricky Hariyanto	120904719	30-Oct-16				
31	Ricky Hariyanto	120904719	31-Oct-16	07.56	<i>Ricky</i>		



LEMBAR KEGIATAN KKL


Tanggal : 26-9-2016 s.d 31-10-2016

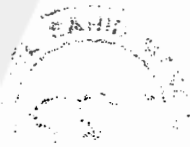
No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan:	Ttd
1	Senin, 26-9-2016	08.00-	Sales & Marketing	- Menunggu manager untuk	Sidi
		11.00		perkenal di hari pertama kerja	
		11.30		- Pergi ke BPS memberikan	
				tiket promo kamar dan	
				waterpark Sahid Mandarin	
		12.30		- Makan siang	
	14.30	- Memotong spanduk sponsor			
			Konser Dewa ft Arilosso		
		16.00	- Pulang		
2	Selasa, 27-9-2016	07.55		- Sampai OFFICE	Sidi
		10.00		- Pergi ke PLN dan Perhutani	
				menawarkan tiket Dewa	
		12.00		- makan siang	
		13.00		- Pergi ke kementerian agpm	
			bertemu client untuk membahas		
			event yang akan diadakan		
		16.00	- pulang		
3	Rabu, 28-9-2016	07.50		- Sampai OFFICE	Sidi
		10.00		- Pergi ke Politikus Nuramadiyah	
				I KDW menawarkan promo	
				hotel dan Ball room (event)	
		12.00		- makan siang	
		13.30		- Pergi ke BPN (Badan Pertanahan	
			Nasional) memberikan surat		
			event yang diadakan		
		16.00	- Pulang		

Kepala Kantor/Direktur


 (Eriawan)

Kepala Bagian/Departemen


 (Diah)



LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal : 26-9-2016 s.d. 31-10-2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Ttd
4	Kamis, 29-9-2016	07.50	Sales & Marketing	- Sampai office	<i>[Signature]</i>
		10.00		- Sales call	
		12.00		- makan siang	
		14.00		- Hanya di office	
		16.15		- Pulang	
5	Jumat, 30-9-2016	07.50		- Sampai OFFICE	<i>[Signature]</i>
		09.00		- meeting dapat awards	
		12.00		- makan siang	
		14.30		- Sales call ke Rotti Rizo, BRI	
		17.30		- Pulang	
6	Sabtu, 1-10-2016	07.50		- Sampai office	<i>[Signature]</i>
		09.30		- Foto dan check acara wedding	
		12.30		- makan siang	
		13.30		- Foto dan menyambut Dewa (Ariasso dan Andra)	
		14.30		- Pulang	
		17.00		- ke hotel persiapan acara konser Dewa ft Ariasso	
23.00	- Pulang				
7	Senin, 3-10-2016	07.50		- Sampai OFFICE	<i>[Signature]</i>
		09.30		- Sales call ke BRI, Mandiri, BPK	
		11.30		- makan siang	
		14.30		- mencari kaos di Hypermat (Kaos Departement)	
		16.30		- pulang	

Kepala Kantor/Direktur

[Signature]
(ERLIWAN W)

Kepala Bagian/Departemen

[Signature]
(DIAN E)



LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal : 26-9-2016s.d..... 31-10-2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Ttd
8	Selasa, 4-10-2016	07.50	Sales & Marketing	- Sampai OFFICE	[Signature]
		10.00		- ke lapangan detayu Pekalongan	
				- opening pekan Batik	
		11.00		- Sales call	
		12.00		- makan siang	
		16.00		- pulang	
9	Rabu, 5-10-2016			SAKIT	
10	Kamis, 6-10-2016	07.52		- Sampai OFFICE	[Signature]
		10.00		- Sales call ke Bank Permata	
				- ke AAK Wiradesa (ada komplain)	
		12.30		- makan siang	
		14.00		- Sales call ke ACP	
		16.00		- Pulang	
11	Jum'at, 7-10-2016	07.50		- Sampai OFFICE	[Signature]
		11.30		- Jogo Stand HOTEL di pameran batik	
		17.50		- Pulang	
12	Sabtu, 8-10-2016	07.00		- Senam, olahraga voli	[Signature]
		12.00		- makan siang	
		14.00		- pulang	

Kepala Kantor/Direktur

[Signature]
 (ERLIWAN W.)

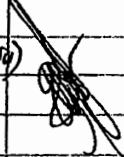


Kepala Bagian/Departemen

[Signature]
 (DIATI K.)

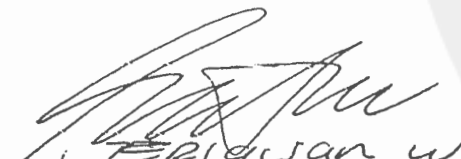


LEMBAR KEGIATAN KKL


Tanggal : 26-9-2016s.d..... 31-10-2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Ttd
13	Senin, 10-10-2016	07.50	Sales & Marketing	- Sampai OFFICE	
		09.15		- sales call ke BPKB, BPR Bapera (Asuransi), Jamkrindo (Jaminan Kredit Indonesia)	
		12.00		- makan siang	
		13.00		- ke BPU membahas event	
		14.30		- meeting	
		16.10		- pulang	
14	Selasa, 11-10-2016	07.52		- Sampai OFFICE	
		09.30		- sales call ke BCA, Mybank, Mandiri taspem, Mandiri Finance Pekalongan	
		12.30		- makan siang	
		17.00		- ke Bank Mandiri Pekalongan	
		16.15		- pulang	
15	Rabu, 12-10-2016	07.45		- Sampai OFFICE	
		09.00		- ke PT Dyanum memberikan laporan / berita acara sponsor konser Dewa Pt Ariassu	
		12.00		- makan siang	
		14.00		- meeting wedding	
		16.00		- pulang	

Kepala Kantor/Direktur


(.....Prawan w.....)

Kepala Bagian/Departemen


(.....DIAT.k.....)



LEMBAR KEGIATAN KKI.

Tanggal : 26-9-2016 s.d 31-10-2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Ttd
16	Kamis, 13-10-2016	07.51	Sales & Marketing	- Sampai Office	
		09.00		- Sales call ke BCH, PPN	
		12.30		- Pllabuhan Ikan	
		15.00		- makan siang	
		16.00		- Ngaji bersama	
			- pulang		
17	Jumat, 14-10-2016	07.46		- Sampai Office	
		12.00		- makan siang	
		16.00		- pulang	
18	Sabtu, 15-10-2016	07.45		- Sampai Office	
		- 12.00		- pulang di Office	
		12.00		- makan siang	
		14.00		- pulang	
		07.41		- Sampai Office	
10.00	- sales call ke Dinas Komando				
			- pulang		
			- makan siang		
			- pulang		
20	18-20 Oktober			SAKIT	
21	Jumat, 21-10-2016	07.48		- Sampai Office	
		12.30		- makan siang	
		14.00		- Di Office buat laporan	
		16.15		- Pulang	

.....

.....



LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal : 26-9-2016s.d..... 31-10-2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Ttd
22	Sabtu, 22-10-2016	07.55	Sales & Marketing	- Sampai OFFICE	[Signature]
				- Sampai siang diruangan buat laporan	
		12.30		- makan siang	
		14.30		- Pulang	
23	Senin, 24-10-2016	08.00		- Sampai OFFICE	[Signature]
		09.45		- Sales call ke BPS (Badan Pusat statistik), BPN	
		12.00		- makan siang	
		16.15		- Pulang	
24	Selasa, 25-10-2016	07.56		- Sampai OFFICE	[Signature]
				- membuat laporan	
		12.00		- makan siang	
		16.25		- Pulang	
25	Rabu, 26-10-2016	07.57		- Sampai OFFICE	[Signature]
		12.40		- makan siang	
		13.00		- menyambut bu Vivi pimpinan sales & marketing pusat	
		16.20		- Pulang	
26	Kamis, 27-10-2016	07.56		- Sampai OFFICE	[Signature]
		09.00		- Sales call (BPN Batang, Dinkes, UHP)	
		12.30		- makan siang	
		14.00		- meeting general Star	
		18.00		- Pulang	

Kepala Kantor/Direktur

[Signature]
(ERLAWAN W.)


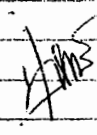
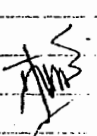

Kepala Bagian/Departemen

[Signature]
(DIATI K.)



LEMBAR KEGIATAN KKL


Tanggal : 26-9-2016 s.d 31-10-2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Ttd
27	Jumat, 28-10-2016	07.56	Sales & Marketing	- Sampai office	
		09.00		- Sales call ke BPN Botang, Dines keseratan, Teh Jawa	
		12.30		- Makan siang	
		14.00		- Meeting general staf	
		18.00		- Pulang	
28	Jumat, 28-10-2016	08.00		- Sampai office	
				- buat laporan	
		12.00		- makan siang	
		16.30		- Pulang	
29	Sabtu, 29-10-2016	07.58		- Sampai OFFICE	
				- Buat laporan	
		15.30		- Pulang	
30	Senin, 31-10-2016	07.56		- Sampai office	
				- mengambil berkas KKL (Surat keterangan, Form mlai)	

Kepala Kantor/Direktur


 (Erlan W)

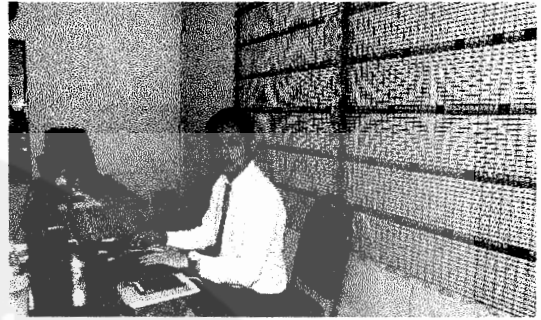
Kepala Bagian/Departemen


 (D. K.)

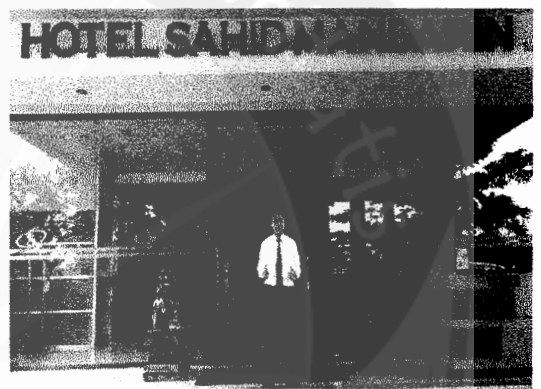


LAMPIRAN

Dokumentasi Selama Kegiatan KKL di Hotel Sahid Mandarin Pekalongan :



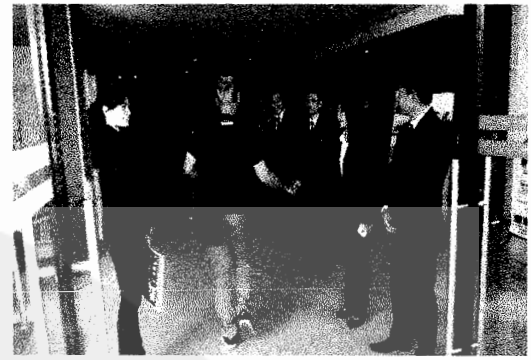
Di dalam Marketing Office



Di Loby Hotel Sahid Mandarin Pekalongan



Aktivitas Sales Call



Persiapan Menyambut Dewa dan Arilasso



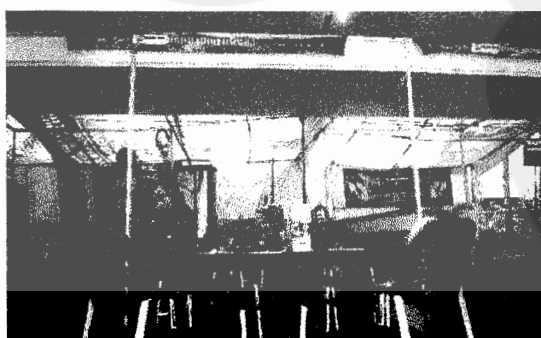
Briefing Panitia Konser Dewa ft Arilasso



Konser Dewa ft Arilasso



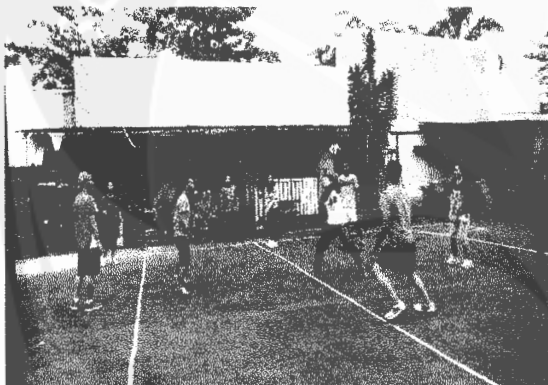
Menyambut Hari Batik Nasional



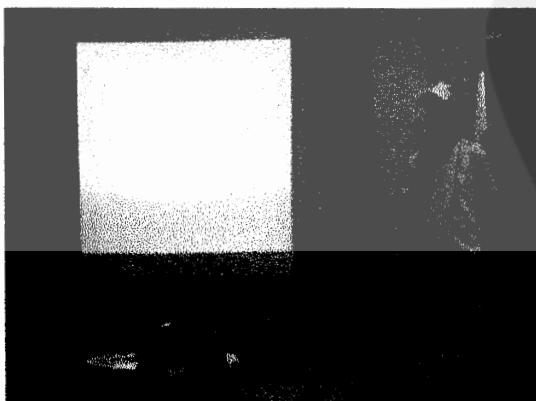
Membuka Stand Makanan di Pekan Batik Lapangan Jatayu Pekalongan



Pesta Kuliner Nusantara dalam Pekan Batik Nasional



Kegiatan olahraga Pagi



Kegiatan Training



Meeting General Staff