

**PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN
(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Dan Fungsi Public Relations Hotel
Brothers Solo Baru dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan)**



Disusun Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika

Oleh:

Agus Setyanto Adi

L 100 090 007

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PERUSAHAAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Dan Fungsi Public Relations Hotel Brothers Solo
Baru dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan)**

PUBLIKASI ILMIAH

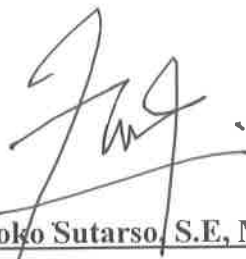
Oleh:

Agus Setyanto Adi

Nim : L100090007

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Joko Sutarso, S.E, M.Si

NIP.196406011993031001

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PERUSAHAAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Dan Fungsi Public Relations Hotel Brothers Solo
Baru dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan)**

Oleh

Agus Setyanto Adi

Nim : L100090007

Telah dipertahankan di dean Dewan Penguji

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Kamis 29 Maret 2018

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Joko Sutarso, M.Si

(Ketua Dewan Penguji)

2. Dr. Dian Purworini

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Dr. Edy Purwo

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)



Dekan,

Dr. Nurgiatna, S.T, M.Sc

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 29 Maret 2018

Penulis



Agus Setyanto Adi

L 100 090 007

**PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN
(Studi Deskriptif Kualitatif Peran Dan Fungsi Public Relations Hotel
Brothers Solo Baru dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan**

ABSTRAK

Public Relations berperan sangat penting untuk mempertahankan citra perusahaan. Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana peran dan fungsi *public relations* Hotel Brothers Solo Baru dalam mempertahankan citra positif perusahaannya. Penelitian ini menggunakan Metode deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena atau kejadian berdasarkan atas fakta yang diperoleh di lapangan dengan data yang nyata. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Public Relations* Hotel Brothers Solo Baru selalu berusaha mempertahankan citra positif, aktif melakukan kegiatan sosial dan event di hari-hari penting, menjalin hubungan baik dengan media maupun masyarakat sekitar. Aktifitas-aktifitas *Public Relations* Hotel Brothers Solo Baru diantaranya: media visit, press release, media gathering.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Public Relations, Hotel Brothers

ABSTRACT

Public Relations plays a very important role to maintain the image of the company. The purpose of this research is to know and describe how role and function of public relations Hotel Brothers Solo Baru in maintaining positive image his company. This research uses descriptive qualitative method which describe or describe a phenomenon or event based on the facts obtained at field with real data. Data collection techniques used interviews, observation documentation. The research results can be known that Public Relations Hotel Brothers Solo Baru always strives to maintain a positive image, actively conduct social activities and events in important days, establishing good relations with the media and the surrounding community. Public Relations activities of Hotel Brothers Solo Baru are: media visit, press release, media gathering.

Keywords: *Corporate Image, Public Relations, Hotel Brothers*

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini laju perkembangan bisnis hotel di beberapa tempat sangatlah pesat, di karisidenan Surakarta sendiri banyak hotel-hotel yang didirikan, misalnya Sala View, Best Western Solobaru, Fave Hotel, The Alana, Hotel Tosan dan The Kahyangan Solobaru yang masih dalam proses

pembangunan, dan masih banyak lagi. Di instansi atau perusahaan peran *public relations* sangat dibutuhkan untuk menjembatani antara perusahaan dengan khalayak atau media apabila terjadi konflik di perusahaannya, sedangkan untuk urusan internal yakni menyangkut pencitraan dan promosi perusahaan, sehingga mereka dituntut harus mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik dengan orang lain dan memahami seluk beluk perusahaan serta pandai-pandai merangkul semua kalangan yang ada kaitannya dengan kemajuan dan kesuksesan perusahaan tempat dia bekerja.

Fungsi public relations apabila dilaksanakan dengan baik akan menjadi alat yang ampuh guna memperbaiki sistem di perusahaan dan mengembangkan peraturan, budaya perusahaan atau organisasi, suasana kerja atau internal perusahaan yang lebih kondusif, dan peka terhadap karyawan yang memang perlu pendekatan khusus guna memotivasi dan meningkatkan kinerjanya.

Public relations adalah membangun hubungan baik secara sistematis antara kelompok publik atau orang, bahwa organisasi mempunyai ikatan atau ketergantungan (F.E. Hollander, *Doelmatig Bedrijfsbeheer*, 1952:8).

Hotel Brothers adalah hotel bintang 3 yang terletak di jalan Ir Soekarno Blok AC 25 Sukoharjo, berlokasi di jantung kota kawasan industri berkembang di Solobaru, dengan beberapa akses yang sangat mudah dan terjangkau untuk ke pusat hiburan, selain tempatnya yang strategis Hotel Brothers memiliki fasilitas yang mampu memanjakan pengunjung yang menginap. Misalnya spa, pusat bisnis, restoran, AC, meeting room, ballroom, terrace, area bebas merokok, kamar yang bersih dan luas, layanan laundry, penitipan bayi, dan wi-fi gratis yang bisa di akses di seluruh area.

Citra Hotel Brothers Solobaru adalah hotel berbintang tiga yang mempunyai fasilitas baik dengan tarif penginapan terjangkau yang mampu bersaing dengan kompetitor dan di tahun 2014 Hotel Brothers terpilih mendapatkan piagam Penganugerahan Pariwisata Award dari Lembaga Masyarakat Peduli Pariwisata (LEMPPAR) Jawa Tengah karena dianggap hotel baru yang mungutamakan pelayanan dan service yang baik serta mengedepankan faktor kebersihan.

Dari uraian yang dijabarkan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat dalam penyusunan skripsi dengan judul: Peran Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Public relations di Hotel Brothers Solo Baru dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan).

Rumusan Masalah : Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya permasalahan pokok pada penelitian ini adalah bagaimanakah peran dan fungsi *public relations* di Hotel Brother dalam mempertahankan citra positif perusahaan dikalangan masyarakat?

Tujuan Penelitian : Berdasarkan permasalahan yang telah di rumuskan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sekaligus mendeskripsikan bagaimana peran dan fungsi *public relations* di Hotel Brother Solo Baru dalam mempertahankan citra positif di mata masyarakat atau pengunjung yang menginap di Hotel.

Manfaat Penelitian : Bagi Penulis ataupun pembaca Dari hasil penelitian ini diharapkan agar penulis ataupun pembaca mendapatkan pengetahuan lebih tentang peran public relations di sebuah perusahaan atau instansi terkait dengan pencitraan dan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan, khususnya ilmu komunikasi.

Bagi Perusahaan Hotel Brother Solo Baru, Penelitian ini bermanfaat untuk mempertahankan citra positif di kalangan masyarakat ataupun konsumen yang menginap di Hotel Brother Solo Baru.

Penelitian Terdahulu : Peneliti mengambil sampel Peran dan Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif Pada PT.(PERSERO) Angkasa Pura 1 Kantor Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto) yang disusun oleh Kirana Ambarwati Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Dalam Penelitian terdahulu diketahui bahwa rumusan masalahnya, yakni Bagaimana peran unit Assisten Manajer (Asman) Humas dan Pelayanan Bandara PT.(PERSERO) Angkasa Pura 1 kantor cabang Bandara Internasional Adisutjipto Yogyakarta dalam membangun citranya sebagai bandara internasional? Untuk

tujuan dari penelitiannya, yakni untuk mengetahui peran Asman Humas dan Pelayanan PT.(PERSERO) Angkasa Pura 1 kantor cabang Bandara Internasional Adisutjipto dalam membangun citra Bandara Adisutjipto sebagai Bandara Internasional.

Pada penelitian terdahulu yang ke dua berjudul **AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS DALAM UPAYA PENCITRAAN KAFE LIQUID NEXT GENERATION** (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas Public Relations Dalam Upaya Pencitraan Kafe Liquid Next Generation Yogyakarta), disusun oleh Joko Pramono dari Universitas Sebelas Maret Surakarta 2009. Dalam penelitian terdahulu diketahui bahwa rumusan masalahnya, yakni Bagaimanakah aktivitas Public relations dalam upaya pencitraan Kafe Liquid Next Generation? Untuk tujuan dari penelitiannya, yakni untuk mengetahui aktivitas Humas Kafe Liquid Next Generation dalam upaya pencitraan Kafe Liquid Next Generation.

Komunikasi pada dasarnya merupakan cara manusia untuk berinteraksi atau bersosialisasi pada kehidupan sosial. Berbagai aktivitas dalam kehidupan sosial selalu menggunakan apa yang dinamakan komunikasi. Komunikasi sering diperbincangkan oleh berbagai lapisan kalangan, baik dikalangan awam maupun kalangan ilmuwan. Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu dengan mempergunakan suatu alat. Banyak komunikasi terjadi dan berlangsung akan tetapi tidak jarang proses berkomunikasi mendapatkan hambatan sehingga penyampaian pesan antara komunikator ke komunikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Harold Lasswell, 2001:10).

Proses komunikasi yang baik dapat tercapai karena adanya saling pengertian antara komunikator dan komunikan yang dimana ke dua belah pihak menggunakan bahasa yang baik sehingga baik komunikator maupun komunikan dapat menerima dan mengerti apa yang disampaikan dan meminimalisir terjadinya noise dalam proses berkomunikasi. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang berusaha

memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan (James A.F. Stoner, 2002:8).

Dari penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi sangat penting dan untuk mewujudkan komunikasi yang baik dibutuhkan sikap pengertian antara komunikator dengan komunikan agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik dan mendapatkan *feedback* positif.

Public relations adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerja sama antar organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu; membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif; dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya (Harlow, 1976:36).

Public relations menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Hal ini merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen dalam pencapaian tujuan organisasinya (Roberto Simoes, 1984:7).

Istilah public relations dalam buku yang diterbitkan oleh Internasional Public Relations Association (IPRA) tahun 1960 adalah fungsi manajemen yang dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga ada kaitanya dengan opini public untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien.

Ada 5 pokok tugas Public Relations dalam suatu perusahaan, diantaranya sebagai berikut: Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik supaya public mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan, Memonitor, merekam, dan mengevaluasi

tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat, Memperbaiki citra organisasi, bagi public relations menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi, Tanggung jawab sosial. Public Relations merupakan instrument untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal, dan pers.

Komunikasi Public relations mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal-balik, maka, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya.

Fungsi Public Relations : Fungsi public relations adalah sebagai jalan penengah antara organisasi dengan publik internal yang meliputi (karyawan, pemegang saham, direktur, manajer, dan semua staf yang berkerja di Hotel Brothers) atau eksternal yakni, orang-orang yang berada di luar organisasi dan mempunyai kaitan atau kepentingan yang bertujuan menjalin hubungan baik antara satu dengan yang lainnya. Dengan kata lain seorang public relations harus mampu memelihara, mengembangtumbuhan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlakukan dalam menangani dan mengatasi masalah yang muncul di Hotel Brothers sebelum terjadi dan pasca terjadi krisis.

Public relations bersama-sama mencari dan menemukan kepentingan organisasi yang mendasar, dan menginformasikan kepada semua pihak yang terkait dalam menciptakan adanya saling pengertian, yang didasarkan pada kenyataan, kebenaran, dan pengetahuan yang jelas dan lengkap dan perlu diinformasikan secara jujur, jelas, dan objektif (S. Black en Melvin L. Sharpo, 1983:35).

Peran Public Relations Menurut Anne Van Der Maiden (dikutip dari Rumanti, 2002:204) buku public relations enn kenismaking (1987) dalam buku dijelaskan bahwa peranan public relations yaitu: Menumbuhkan atau mengembangkan hubungan baik antara perusahaan dengan public baik internal maupun eksternal. Dimana public relations harus bisa member penerangan kepada

masyarakat, Public relations di anggap sebagai orang yang mempunyai potensi keahlian dalam menanamkan pengertian menumbuhkan motivasi memberikan nasihat terhadap pimpinan dalam memecahkan masalah internal terhadap perusahaan maupun meningkatkan partisipasi public, Public relations bertindak sebagai jembatan komunikasi antar perusahaan dengan public, dan menciptakan saling pengertian , saling percaya dan image baik.

Citra perusahaan didefinisikan sebagai persepsi kepada sebuah perusahaan yang direfleksikan dalam asosiasi yang terdapat dalam memori konsumen (Keller, 1993:97).

Nguyen dan Leblanc (2001) menyatakan citra perusahaan berhubungan dengan fisik dan atribut yang berhubungan dengan perusahaan seperti nama, bangunan, produk/jasa, untuk mempengaruhi kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap orang supaya tertarik dengan perusahaan. Image menggambarkan keseluruhan kesan yang dibuat publik tentang perusahaan dan produknya, image dipengaruhi oleh banyak factor diluar control perusahaan (Kotler, 2000:296).

Citra perusahaan dianggap sebagai campuran fungsional dan emosional : yaitu, pengalaman sebelumnya mendapatkan kontrak dengan perusahaan termasuk informasi yang tidak berpengalaman seperti iklan, kata dari mulut efek dan prediksi memenuhi harapan di masa depan yang memiliki pengaruh positif direktif pada kinerja itu akan mempengaruhi laba perusahaan. Bermanand Evans (1995).

Citra perusahaan adalah himpunan makna yang diketahui oleh perusahaan yang dapat digunakan oleh pengamat untuk mendeskripsikan, mengingat dan mengaitkannya dengan interaksi melalui keyakinan, perasaan, persepsi, dan kesan. Copley (2004:276) Diakin dan Dimerel (2011:130)

Beberapa faktor yang mempengaruhi image perusahaan (Mayer dalam Palupi, 2006): Atribut pelayanan konsumen yang berperan dalam pembentukan image perusahaan dimata pelanggan yang langsung diberikan oleh pramuniaga dan langsung dapat dirasakan oleh para pelanggan, Fasilitas fisik sebagai penunjang bangunan pokok dan produk yang dijual juga mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen. Hotel Brothers Solo Baru memiliki jumlah kamar 160, dengan jumlah hunian kamar sekitar 70 sampai 85, dan rata-rata mereka tinggal

antara 3 hari, Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain yang merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Ada tiga komponen yang mencerminkan image perusahaan (Macaulay dan Sarah, 1996:12), yaitu: Kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, Cara memberikan layanan, Hubungan antarpribadi yang terbentuk melalui layanan tersebut.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskrip kualitatif yang menggambarkan atau mendeskripsikan kejadian maupun fenomena berdasarkan fakta yang diperoleh dari data yang nyata. Selanjutnya mengkaji permasalahan yaitu bagaimana peran public relations Hotel Brothers Solo Baru dalam mempertahankan citra positif.

Lokasi penelitian: Hotel Brothers Solo Baru yang beralamatkan di Jl. Ir Soekarno Blok AC 25 Sukoharjo. Alasan pemilihan lokasi ini karena perusahaan Hotel Brothers Solo Baru adalah salah satu hotel berbintang tiga di Sukoharjo dan memiliki citra positif, dari sinilah peneliti mempunyai ketertarikan ingin meneliti bagaimana peran public relations di Hotel Brothers Solo Baru dalam mempertahankan citra positif perusahaan. Waktu yang digunakan yakni selama berlangsungnya penelitian.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, karena peneliti ingin mengeksplor fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan dan bersifat deskriptif.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki, penelitian kualitatif memiliki keunikan tersendiri sehingga berbeda dengan penelitian kuantitatif (Moleong, 2007:5).

Populasi adalah keseluruhan objek yang relevan dengan masalah yang diteliti (Djailani, 1998:107). Dari teori yang dikemukakan Djailani maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya antara objek yang relevan dengan yang diteliti harus ada keterkaitan.

Sampling adalah proses seleksi dalam kegiatan observasi (Prijana, 2005:47). Proses seleksi yang dimaksud adalah proses untuk mendapatkan orang, kegiatan atau aktifitas, dan dokumen yang diperoleh dari sejumlah orang berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan purposive sampling guna menentukan subjek atau objek sesuai dengan topik penelitian, peneliti memilih subjek atau objek sebagai unit analisis.

Sumber Data : Data Primer, Data yang di cari atau diteliti yang di dapat langsung di dapat dari objek. Teknik pengambilan data ini di ambil dengan cara observasi dan wawancara secara mendalam untuk mendapatkan data secara rinci.

Data Sekunder : Data yang di dapat peneliti secara tidak langsung, bisa melalui koran, buku, arsip, atau referensi yang dapat di percaya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mendapatkan sumber informasi dalam penelitian ini ada 3 metode, yaitu: Wawancara adalah setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis (Gottschalk, 1986:38).

Dokumentasi Dengan teknik dokumentasi ini, diharapkan peneliti mendapatkan informasi bukan dari narasumber saja, tapi juga bisa mendapatkan informasi dari sumber tertulis atau dokumen.

Observasi Cartwright dan Cerwright dalam buku metode penelitian Hardiansah (2012:131) mendefinisikan: observasi merupakan suatu proses pengamatan, mencermati dengan sistematis. Peneliti melakukan pengamatan secara formal maupun informal untuk mengamati pada suatu objek lokasi secara langsung.

Teknik Analisis Data Menurut Bogdan dan Biklen analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis kualitatif pada dasarnya mempergunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, data komparasi (Amiri, 2000:201).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jurnal komunikasi yang berjudul perpustakaan dalam perspektif *public relations* di definisikan sebagai berikut: Sebagai cara komunikasi yang menciptakan saling pengertian kerja sama antara public internal dan public eksternal guna memperoleh keuntungan bersama dan menjalin hubungan baik dengan public internal dan public eksternal. Kini fungsi public suatu lembaga/ suatu perusahaan adalah : Sebagai pendukung manajemen yang bekegiatan dalam membangun citra lembaga/ perusahaan dan sebagai komunikator (Maksum, 32: 2009). Public relations sangat di perlukan guna membangun mainseat masyarakat sekitar terhadap citra Hotel Brothers. Hasil wawancara dengan Dwi Aryani selaku PR di Hotel Brothers Solo Baru tanggal 14 November 2016 sebagai berikut:

Pertanyaan : Citra apa yang ingin dibangun oleh Hotel Brothers?

Jawaban : Hotel dengan harga yang sangat terjangkau, fasilitas yang tidak kalah dengan hotel lain, pelayanan yang sangat memuaskan dan tempat yang sangat strategis dengan mengusung konsep bangunan modern klasik.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut Public relations Hotel Brothers ingin membangun Citra bahwa Hotel Brothers adalah Hotel dengan harga lebih terjangkau dibanding kompetitornya dan menawarkan fasilitas yang cukup lengkap serta ditunjang dengan tempat yang strategis dan desain yang mengusung bangunan modern klasik.

Pelayanan: Greeting ke semua tamu yang datang dan selalu menjaga pandangan yang sopan ke semua tamu, kerjasama dengan Pandawa Water Boom dan setiap tamu yang menginap di Hotel Brothers akan mendapatkan voucher masuk Pandawa Water Boom, Smiling (tersenyum/tidak cemberut), Ramah tamah dengan tamu, Buat suasana Hotel ibarat rumah sendiri bagi tamu, Selalu menawarkan bantuan kepada tamu.

Kebersihan: Selalu menjaga dan merawat lingkungan sekitar, rajin mengecek area yang sering dilewati tamu, make up room setiap 3 hari sekali kamar-kamar yang tidak terpakai untuk tetap menjaga kebersihan, selalu

mengecek semua kebersihan setiap karyawan seminggu sekali (pakaian,rambut,kuku,kulit), dibuat general cleaning setiap satu bulan sekali yang dilakukan seluruh management dan karyawan Hotel Brothers untuk membersihkan semua area Hotel.

Peran Public relations Hotel Brothers : Peran diartikan sebagai bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan oleh kegiatan *public relations* sehingga untuk menghasilkan tujuan yang ingin di capai. Peranan komunikasi dan komunikasi dalam organisasi, *public relations* sangat erat dengan perkembangan sosial ekonomi maupun politik dalam suatu instansi perusahaan maupun organisasi.

Peran *public relations* merupakan bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan oleh seorang PR sehingga menghasilkan tujuan yang ingin dicapai. Hasil wawancara dengan Dwi Aryani selaku PR di Hotel Brothers Solo Baru tanggal 14 November 2016 sebagai berikut:

Pertanyaan : Bagaimana Peran Publik Relations Hotel Brothers dalam mempertahankan citra positif?

Jawaban : Menjadi seorang public relation yang salah satu perannya menjadi jembatan penghubung perusahaan dengan masyarakat luas,tentunya kita harus terjun langsung kemasyarakat dan organisasi sekitar,lebih mendekatkan diri dengan dunia luar yang dapat membantu memberi citra positif untuk Hotel.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut peran public relations dalam suatu perusahaan memang sangat penting bahwa public relations sebagai jembatan penghubung perusahaan dengan masyarakat luas.

Komunikasi Internal : Upaya dalam mempertahankan citra positif tersebut dapat dilakukan oleh public relations perusahaan, hal tersebut tugas utama public relations adalah menjaga komunikasi dan menjembatani komunikasi antara pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan maupun pihak yang ada di luar perusahaan.

Hasil wawancara dengan Dwi Aryani selaku PR di Hotel Brothers Solo Baru tanggal 14 November 2016 sebagai berikut:

Pertanyaan : Bagaimana cara Public Relations menjalin hubungan baik dengan karyawan agar karyawan selalu menjadi bagian terpenting dalam perusahaan ?

Jawaban : Sering diadakan kegiatan internal yang melibatkan semua karyawan, memberi pengertian ke mereka mengenai tata cara ramah tamah terhadap customer, memberi info ke mereka tentang promo-promo Hotel, briefing Management seminggu dua kali untuk merevisi kekurangan pelayanan jasa setiap Department, Briefing perdepartment setiap hari sebelum melakukan aktifitas kerja, family gathering, dibuat pelatihan kerja setiap sebulan sekali, tidak sungkan-sungkan menegur karyawan yang tidak sesuai SOP yang sudah dibuat.

Berdasarkan uraian wawancara tersebut upaya public relations menjalin hubungan dengan karyawan agar karyawan selalu menjadi bagian terpenting dalam perusahaan, sering diadakan kegiatan internal yang melibatkan semua karyawan, selanjutnya dari kesimpulan tersebut bisa dilihat kualitas dan pelayanan dari Hotel Brothers Solo Baru, adalah sebagai berikut: Briefing Management seminggu 2x untuk merevisi kekurangan pelayanan jasa setiap Department ,Briefing perdepartment setiap hari sebelum melakukan aktifitas kerja, Dibuat pelatihan kerja setiap sebulan sekali, Tidak sungkan-sungkan menegur karyawan yang tidak sesuai SOP yang sudah dibuat,terlebih tentang jasa pelayanan buat tamu, Greeting ke semua tamu yang datang dan selalu menjaga pandangan yang sopan kesemua tamu, Smiling (tersenyum/tidak cemberut), Ramah tamah dengan tamu, Buat suasana Hotel ibarat rumah sendiri bagi tamu, Selalu menawarkan bantuan kepada tamu.

Komunikasi Eksternal :Perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan penginapan tidak dapat dipungkiri juga melaksanakan banyak kegiatan dan perlu untuk mengumumkan sebuah press release kepada masyarakat, oleh karena itu perusahaan perlu memiliki jaringan media massa untuk memperkenalkan citra di benak masyarakat.

Hasil wawancara dengan Dwi Aryani selaku PR di Hotel Brothers Solo Baru tanggal 14 November 2016 sebagai berikut:

Pertanyaan : Bagaimanakah hubungan Public Relations dengan media massa untuk mempublikasikan citra positif Hotel Brothers?

Jawaban : Membuat kegiatan Media Gathering, media visit, press release, menjalin kedekatan internal untuk sekedar makan dengan wartawan.

Berdasarkan uraian wawancara tersebut bahwa dalam menjalin hubungan baik dengan media massa untuk mempublikasikan citra positif hotel brother seorang public relation harus dapat membuat kegiatan media gathering, media visit, press release, menjalin kedekatan internal untuk sekedar makan dengan wartawan.

Untuk saat ini media yang baik dalam memasarkan hotel menjalin hubungan baik dengan media massa lokal yang dapat membangun citra positif hotel, perusahaan dapat menjalin kerja sama dengan media dalam memasarkan sarana, fasilitas dan keunggulan hotel dalam menyalurkan informasi-informasi kepada publik.

Hasil wawancara dengan Dwi Aryani selaku PR di Hotel Brothers Solo Baru tanggal 14 November 2016 sebagai berikut:

Pertanyaan : Media apa saja yang Public Relations gunakan untuk membuat citra Hotel Brothers agar selalu baik?

Jawaban : untuk media hampir semuanya kita pakai ya mas, koran, radio, social media, web.

Berdasarkan uraian wawancara tersebut pihak hotel atau public relations dalam membangun citra positif hotel yaitu menjalin hubungan baik dengan pihak koran lokal karena iklan melalui media koran dirasa lebih efektif dalam memperkenalkan keberadaan hotel, melalui radio dirasa juga efektif dimana jangkauan radio lebih luas, dan media sosial dirasa juga efektif dalam memperkenalkan atau menyalurkan informasi-informasi kepada pihak masyarakat luas baik skala nasional maupun internasional.

Untuk media relations di Hotel Brothers meliputi: Media visit, Press release, Media gathering.

Event peringatan hari Diabetes yang mengangkat tema “Aksi Simpatik Gerakan Minum Air Putih Kurangi Gula” yang terselenggara pada tanggal 11 November 2016, kerja sama dengan perusahaan air mineral Amanah dengan melibatkan wartawan lokal Tribun, Pemuda Grogol, KNPI, BNK, karyawan Hotel Brothers dan wartawan dari surat kabar online Merdeka.com dengan aksi simpatik membagikan air mineral gratis ke pengendara bermotor yang melintasi Bundaran Solobaru.

Sarana untuk mempublikasikan Hotel Brothers melalui jaringan web yang bisa di akses di situs www.hotel-brothers.com

Kendala Public relations Hotel Brothers, Sebuah perusahaan dalam mempertahankan citra positif di mata publik perlu mewaspadai peran kompetitor perusahaan lain, maka dari itu peran public relations dalam melaksanakan tugasnya tidaklah mudah hal ini dikarenakan banyak kendala-kendala yang dapat menghambat kinerja public relations serta hambatan-hambatan dapat muncul dari pesaing perusahaan dan pihak-pihak yang ingin menjatuhkan perusahaan.

Hasil wawancara dengan Dwi Aryani selaku PR di Hotel Brothers Solo Baru tanggal 14 November 2016 sebagai berikut:

Pertanyaan : Apa yang menjadi kendala Public Relations untuk mempertahankan citra positif Hotel Brothers di mata public?

Jawaban : Bukan kendala sih mas, tapi menjadi tantangan buat kita mengenal orang baru yang berbeda-beda karakter, tentunya sedikit susah untuk menyesuaikan karakter mereka.

Berdasarkan uraian tersebut ternyata ada kendala yang dihadapi oleh public relations dalam melaksanakan tugasnya sehingga menjadi tantangan buat mereka dalam mengenal orang baru yang berbeda-beda karakter, dan tidak mudah untuk menyesuaikan karakter mereka.

Langkah-langkah Public relations Hotel Brothers dalam Menanggapi Isu-isu yang dapat Mencemarkan Citra Positif

Sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perhotelan tidak terlepas dari adanya isu, baik isu positif yang dapat menaikkan reputasi

perusahaan maupun isu negatif yang dapat menjatuhkan reputasi perusahaan. Maka dari itu peran public relations dalam mempertahankan citra positif hotel menjalin komunikasi yang baik dengan pihak masyarakat sekitar dan campur tangan media sehingga dapat menghindari efek buruknya dapat merugikan perusahaan.

Hasil wawancara dengan Dwi Aryani selaku PR di Hotel Brothers Solo Baru tanggal 14 November 2016 sebagai berikut:

Pertanyaan : Langkah apa saja yang Public Relations lakukan untuk menangani apabila terdapat isu isu yang dapat mencemarkan citra positif di Hotel Brothers?

Jawaban : Pastinya kita telusuri dulu isu itu dari mana dan mencari tau kejadiannya seperti apa, kalau mungkin isu yang berkembang tidak benar bisa kita klarifikasi melalui media atau langsung kepada pihak yang menyebarkan isu.

Berdasarkan uraian wawancara tersebut dimana langkah public relations dalam menangani isu-isu yang dapat mencermakan citra positif hotel perlu klarisifikasi terlebih dahulu apakah isu yang terjadi betul-betul dan berdampak pada citra hotel.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tersebut penulis dapat menyimpulkan hasilnya sebagai berikut : Peran public relations dalam suatu perusahaan memang sangat penting bahwa public relations sebagai jembatan penghubung perusahaan dengan masyarakat luas. Upaya public relations menjalin hubungan dengan karyawan agar karyawan selalu menjadi bagian terpenting dalam perusahaan, sering diadakan kegiatan internal yang melibatkan semua karyawan. Menjaln hubungan baik dengan media massa untuk mempublikasikan citra positif hotel brother seorang public relation harus dapat membuat kegiatan media gathering, media visit, press release, menjalin kedekatan internal untuk sekedar makan dengan wartawan, Public relations dalam membangun citra positif hotel yaitu menjalin hubungan baik dengan pihak koran lokal karena iklan melalui media koran dirasa lebih efektif dalam memperkenalkan keberadaan hotel, melalui radio dirasa juga

efektif dimana jangkauan radio lebih luas, dan media sosial dirasa juga efektif dalam memperkenalkan atau menyalurkan informasi-informasi kepada pihak masyarakat luas baik skala nasional maupun internasional. Public relations dalam membangun citra positif hotel dengan melakukan upaya-upaya yang baik terhadap pelanggan atau masyarakat dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat serta aktif mencari informasi, dan harus peka dengan pemberitaan internal maupun eksternal, Menjalin hubungan baik dengan customer agar pihak hotel menyadari bahwa hotel brother Solo baru masih terbilang baru, tentunya menjadi tantangan tersendiri buat pengelola hotel maupun publik relation dalam menjaga citra positif dimata publik atau masyarakat dan sering mengadakan kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar salah satunya dengan program CSR yang selama ini masih berjalan yaitu menyantuni anak yatim dan kaum dhuafa.

4.2 Saran

Sebaiknya untuk kedepannya pihak pengelola atau public relations lebih aktif menjalin komunikasi dengan media lokal khususnya di Solo Raya guna meningkatkan citra positif hotel Brother.

Sebaiknya public relations terus berupaya mengembangkan jaringan atau menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan agar kedepannya hotel brother mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada.

Bagi peneliti yang akan datang dengan tema yang sama sebaiknya lebih memperluas obyek penelitian tidak hanya satu hotel saja melainkan beberapa hotel yang ada dengan fasilitas yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- F.E. Hollander, Doelmatig Bedrijfsbeheer. 2002. Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik. Jakarta: PT Grasindo.
- Harold Lasswell, 2001. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Harlow, 2012. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Roberto Simoes, 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Amiri, 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- S. Black en Melvin L. Sharpo, 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo
- James A.F. Stoner, 2002. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Moleong, 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Maksum, 2009. *Jurnal Komunikasi perpustakaan dalam perspektif Publik Relations* Pusat perpustakaan dan penyebaran teknologi pertanian. Bogor.
- Kirana Ambarwati, 2009. *Peran dan strategi public relations dalam membangun citra (studi deskriptif pada PT. (Persero) Angkasa Pura I Kantor Cabang Bandara Udara Internasional Adisucipto)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. 2009.
- Miftahul Ilmi, *Pengaruh Citra Perguruan Tinggi terhadap minat untuk menempuh studi di Perguruan Tinggi (Studi Kuantitatif Pengaruh Citra UMS Terhadap Minat Studi Siswa Kelas XII SMA Muhammadiyah 4 Kartasura Untuk Menempuh Studi di UMS Tahun 2017)*
- Joko Pramono, 2009. *Aktivitas Public Relations Dalam Upaya Pencitraan Kafe Liquid Next Generation (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas Public Relations Dalam Upaya Pencitraan Kafe Liquid Next Generation Yogyakarta)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta 2009