

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini pariwisata merupakan salah satu bidang yang memiliki daya tarik tersendiri bagi setiap wisatawan baik internasional maupun domestic. Sehingga dalam hal ini bidang yang perlu untuk terus dikembangkan dan diperhatikan bagi tiap tiap daerahnya adalah bidang pariwisata. Pariwisata di Indonesia sendiri telah berkembang sangat pesat dari hari keharinya, hal ini di dukung oleh potensi pariwisatanya. Salah satu kota yang kaya akan pariwisata adalah Yogyakarta.

Kota Yogyakarta merupakan daerah istimewa yang dipimpin langsung oleh Sri Sultan Hamengkubuwono, sehingga kota ini menjadi salah satu kota yang menjunjung tinggi adat istiadat yang sudah ada sejak zaman dahulu. Kota ini berada di wilayah Jawa Tengah dan memiliki berbagai nama julukan seperti kota pelajar , kota gudeg, dan lain sebagainya. Nama Yogyakarta sendiri berasal dari kata *ayogya* atau *ayodhya* yang berarti kedamaian atau negeri tanpa perang dan karta yang berarti baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa nama kota tersebut memiliki makna serta harapan akan menjadi kota yang tenang dan damai tanpa ada peperangan. Di kota ini terdapat berbagai macam industry pariwisata mulai dari yang dikelola oleh lembaga desa hingga perseorangan. Sehingga banyak bermunculan industry industry lain nya seperti industry perhotelan.

Industry perhotelan merupakan salah satu jenis industri yang menyediakan layanan barang dan jasa dalam bentuk akomodasi yang dikelola oleh perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata, untuk mencapai keuntungan bagi perusahaan. Dengan adanya industry ini maka membantu para wisatawan untuk menginap sementara waktu dalam liburan ataupun keperluan lainnya. Sehingga Industri Industri perhotelan memiliki banyak pesaing sehingga masing-masing mereka berlomba lomba untuk memberikan kualitas serta pelayanan terbaik bagi para customernya. Dengan pelayanan yang baik maka akan terciptanya image positif bagi perusahaan.

Hotel Sendiri merupakan akomodasi yang menyediakan berbagai pelayanan mulai dari jasa hingga barang. Fasilitas yang disediakan juga beragam mulai dari Food & Beverage, serta jasa-jasa lainnya seperti jasa penginapan untuk umum yang ingin tinggal dan bermalam sementara di kota tertentu. Hotel dikelola secara komersial untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Dengan demikian hotel tidak hanya menjual produk yang berwujud tetapi juga menjual produk yang tidak berwujud seperti dalam bentuk pelayanan, hiburan, suasana atau lingkungan yang nyaman, bersih dan indah (Dimiyati, 1989).¹ Dalam industri ini biasanya komunikasi menjadi faktor utama untuk membantuk serta menjalankan berbagai program yang ada di dalamnya. Sehingga komunikasi menjadi bagian terpenting dalam industri perhotelan.

Komunikasi sendiri merupakan salah satu cara kita berinteraksi dengan manusia lain. Adanya komunikasi ini membantu memudahkan kita untuk saling mengetahui apa yang kita perlukan, untuk selanjutnya agar saling membantu satu sama lainnya. Komunikasi yang efektif juga dapat memudahkan akses kita untuk berinteraksi. Kata komunikasi sendiri memiliki arti sebagai proses berinteraksi serta penyampaian pesan. Dalam berkomunikasi kita harus bisa saling mengerti dan memahami satu sama lain, maka dari itu memahami manusia menjadi hal yang mutlak dalam komunikasi. Dalam komunikasi sendiri terdapat banyak rangkaian serta cara untuk menyampaikan apa yang akan disampaikan, salah satu unsur komunikasi yang digunakan dalam dunia perhotelan adalah Public Relation.

Public Relation sendiri merupakan suatu bidang yang memiliki cakupan sangat luas, dimana seorang praktisi public relations atau humas harus mampu membangun interaksi serta usaha dalam upaya membangun komunikasi serta hubungan atau relasi suatu perusahaan dengan publicnya. Dalam hal ini seorang praktisi public relation harus bisa menyelenggarakan komunikasi dua arah atau timbal balik dengan perusahaan atau organisasi serta dengan khalayak demi terciptanya dukungan dan tujuan yang telah disepakati. Maka seorang praktisi

¹ Mandasari, Kartika. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Jasa Perhotelan. Skripsi Undip FE. Hal 19.

public relations harus memiliki keahlian dalam mengelola komunikasi serta menerapkan manajemen public relation dalam kesehariannya. Komunikasi ini nantinya akan digunakan sebagai sarana interaksi antara public relation dengan public nya serta para staff hotel yang ada disetiap divisinya.

Banyak nya kepentingan-kepentingan dalam perhotelan maka setiap hotel biasanya mengelompokan masing-masing divisi sesuai dengan kebutuhan yang ada di dalam hotel tersebut. Divisi-divisi itu di mulai dari divisi Front Office, Housekeeping, Fnb, Marketing & Sales, Accounting, Divisi SDM, hingga Security. Masing masing divisi memiliki peran nya masing masing. Antara divisi satu dengan divisi lain nya saling berkaitan, sehingga komunikasi menjadi satu hal yang paling penting dalam industry ini. Dalam hal ini sangat diperlukannya komunikasi dua arah yang efektif antara staff satu dengan staff lainnya. Apabila terjadi *miscommunication* antara masing masing staff maka kinerja pun akan menurun. Hotel yang menjadi tempat penelitian penulis adalah Hotel Yellow Star Gejayan. Hotel ini merupakan salah satu hotel bintang tiga ternama di Yogyakarta. Hotel ini bertempat di Affandi , d/h Gejayan no 27A, Depok, Sleman, Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka dapat diberi rumusan masalahnya tentang Bagaimana Manajemen Public Relation dalam Pengelolaan Public Internal dan Public Eksternal di Hotel Yellow Star Gejayan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian seperti yang telah dijelaskan di atas maka akan didapatkan tujuan penelitian yang akan berfokus pada bagaimana Manajemen Public Relation atau Kehumasan dalam Pengelolaan Public Internal dan Public Eksternal di Hotel Yellowstar Gejayan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis/ Akademis

Manfaat penelitian Teoritis dalam Penelitian ini diharapkan mencapai manfaat dalam menambah bukti empiris tentang judul yang saya ambil yaitu Bagaimana Manajemen Public Relation dalam Pengelolaan Public Internal dan Public Eksternal di Hotel Yellow Star Gejayan.

Secara Akademis, Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai kebulatan studi program strata satu (S-1) jurusan Public Relations pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini akan menjadi acuan bagi peneliti lain yang akan membahas topik yang sama namun dari perspektif yang berbeda.

1.5 Metodologi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta Jl. Affandi, Gejayan no 27A, Depok, Sleman Yogyakarta. Objek penelitian ini mengenai “Manajemen Public Relation dalam Mempengaruhi Public Internal dan Public Eksternal di Hotel Yellow Star Gejayan” sehingga dapat menerapkan metodologi penelitian Kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengutamakan proses-proses yang terjadi dan makna atau persepsi yang terjadi di lapangan. Maka dari itu menurut penulis metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang dapat membantu penulis dalam penelitian yang akan penulis ambil.

Teknik penelitian kualitatif adalah semacam metode penelitian dimana pendekatan penelitian meliputi data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari masyarakat dan perilaku yang diamati, menurut Bogdan dan Taylor.

Penelitian kualitatif pada sisi lain dapat menempakan posisi yg cukup bagus dalam peneliti dunia, menurut Denzin & Lincoln. Kumpulan metode untuk interpretasi material yang dapat mengkonseptualisasikan dunia sebagai penelitian

yang dapat diamati sehingga dikenal sebagai penelitian kualitatif. Kegiatan ini dmengubah dunia. Mereka mengubah dunia menjadi suatu kumpulan representadi yang mungkin termasuk dalam buku harian, catatan lapangan, gambar, rekaman audio, dan rekaman wawancara. Dalam pengertian ini penelitian kualitatif mengadopsi pandangan dunia yang secara alami interpretatif. Sehingga berakibat terhadap para praktisi penyelidikan kualitatif melihat fenomena apa adanya ini untuk menjelaskan dan kemudian menafsirkannya berdasarkan makna yang telah diberikan masyarakat terhadap meraka.²

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma interpretatif, yang memandang realitas sosial sebagai komprehensif, saling berhubungan, kompleks, dinamis, dan penuh makna, adalah paradigma yang telah penulis pilih. Menurut paradigma ini, hubungan antara gejala adalah timbal balik atau timbal balik, bukan kausatif. Paradigma interpretatif melihat realitas sosial sebagai sesuatu yang dinamis, prosedural, dan sarat dengan makna pribadi. Realitas Sosial tidak lebih dari ciptaan sosial dalam kaitannya dengan posisi manusia. Dalam hal sudut pandang manusia, paradigma interpretatif melihat orang sebagai entitas yang disengaja dan sadar. Manusia adalah makhluk yang membangun dunia, memberinya makna, dan menganggap makna yang berbeda darinya tanpa dibatasi oleh aturan eksternal.³

Menurut Sarantakos (1995) Paradigma Interpretif merupakan paradigma yang berupaya untuk memahami tentang perilaku manusia. Paradigma ini memberikan penekanan kepada peran bahasa, interpretasi, dan pemahaman. Secara ringkas ciri-ciri paradigam interperitif adalah sebagai berikut :

² Batubara, Julian. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Filsafat. Jurnal Fokus Konseling. Vol 3. No.2. hlm 98.

³ Rahardji, Mudjia. (2018). Paradigma Interpretif. Jurnal UIN Malang. Vol. 1. Hlm 3. Paradigma Interpretif (uin-malang.ac.id)

1. Realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang bersifat subyektif, diciptakan, ditafsirkan.
2. Hakikat manusia adalah pencipta dunianya, memberikan makna pada dunia, tidak terikat kepada hukum eksternal, dan menciptakan suatu sistem makna
3. Ilmu pengetahuan pada paradigma ini hanya '*common sense*', induktif, ideographic (lokal), menemukan pada makna, menggantungkan diri pada interpretasi, dan tidak beban nilai.
4. Tujuan penelitian pada paradigma ini bermaksud untuk menafsirkan dunia, memahami kehidupan sosial, menekankan makna dan pemahaman⁴

1.5.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini disebut studi kasus, yaitu menyelidiki konteks historis situasi saat ini dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, seperti individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.

Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa karakteristik berdasarkan para ahli yaitu Menurut Bogdan and Biklen, karakteristik penelitian kualitatif yaitu : (1) Dilakukan pada kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen). Langsung ke sumber data dan peneliti adalah *instrument* kunci, (2) Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka, (3) Penelitian kualitatif menekankan pada proses dari pada produk atau *outcome*, (4) Penelitian

⁴ Dr. Manzilati, Asfi, SE., ME. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma, Metode, dan Aplikasi. Malang : UB Media.

Kualitatif melakukan analisis data secara induktif, dan (5) Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).⁵

1.5.3 Subjek/ Objek Penelitian

- **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian yang penulis ambil adalah karyawan Hotel Yellowstar Gejayan, diantara lainnya adalah satu orang divisi front office (kantor depan) berjenis kelamin perempuan, dua orang divisi back office (sales marketing, dan sdm) 1 berjenis kelamin laki-laki dan 1 berjenis kelamin perempuan, satu orang divisi housekeeping berjenis kelamin laki-laki, dan satu orang divisi security berjenis kelamin laki-laki. Selain itu peneliti juga akan mengambil subjek dari eksternal hotel yaitu salah satu vendor yang bekerja sama dengan hotel.

Menurut Suharsimi Arikunto penelitian ini memiliki dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data berupa data verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subyek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman atau video yang dapat memperkaya data primer.⁶

- **Objek Penelitian**

⁵ Anggito, Albi. & Setiawan, Johan, S.Pd. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi, Jawa Barat.: Jejak Publisher.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta. 2013), halaman22

Lokasi penelitian dilakukan di kota Yogyakarta, yaitu Hotel Yellowstar Gejayan, yang bertempat di Jalan Affandi , d/h Gejayan no 27A, Depok, Sleman dibawah naungan PT Putra Tunggal Mandiri Makmur. Objek penelitian yang dilaksanakan adalah Manajemen Public Relation dalam Memanage Public Internal dan Public Eksternal di Hotel Yellow Star Gejayan.

Menurut Bogdan dan Taylor yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menampilkan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam hal ini, peneliti menafsirkan dan menjelaskan data-data yang didapat peneliti dari wawancara, observasi, dokumentasi, sehingga mendapatkan jawaban permasalahan dengan rinci dan jelas.⁷

1.6. Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Hasan data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.⁸ Data primer ini antara lain:

- Catatan hasil wawancara.
- Hasil observasi lapangan.
- Data-data mengenai informan.

⁷ Moleong, Lexy J., Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi revisi, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2009, hal. 5

⁸ M. Hasan Iqbal, Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002),

⁹hal 82 dan 58

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.⁹ Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini penulis memilih jenis data primer karena melalui hasil wawancara yang dilakukan di Hotel yellow Star Gejayan , sehingga melakukan observasi lapangan untuk keperluan penelitian dan juga mencari informan guna memastikan ke valid an data yang telah diteliti oleh penulis.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan salah satu hal penting dalam sebuah penelitian. Pengumpulan data akan mempengaruhi kredibilitas serta ke validan data yang penulis teliti, sehingga dalam pengumpulan data ini terdapat beberapa teknik diantaranya adalah Observasi, Wawancara, Dokumentasi, dan Diskusi Terfokus (*Focus Group Discussion*)

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu dari beberapa teknik pengumpulan data yang sering ditemui di penelitian kualitatif. Observasi sendiri merupakan jenis pengumpulan data yang mengandalkan pancaindera mulai dari penglihatan, penciuman, pendengaran, agar dapat memperoleh suatu informasi yang diperlukan dalam penelitian yang ditulis. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata dari suatu kejadian atau peristiwa.

Bungin mengemukakan beberapa bentuk observasi, yaitu: 1). Observasi partisipasi, 2). observasi tidak terstruktur, dan 3). observasi kelompok. Berikut ini merupakan penjelasannya:

- 1) Observasi partisipasi adalah (participant observation) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan di mana peneliti terlibat dalam keseharian informan.
- 2) Observasi tidak terstruktur ialah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan.
- 3) Observasi kelompok ialah pengamatan yang dilakukan oleh sekelompok tim peneliti terhadap sebuah isu yang diangkat menjadi objek penelitian.¹⁰

2. Wawancara

Menurut Holloway & Wheeler Peneliti harus memutuskan besarnya struktur dalam wawancara. Struktur wawancara dapat berada ada rentang tidak berstruktur sampai berstruktur. Penelitian kualitatif umumnya menggunakan wawancara tidak berstruktur atau semi berstruktur.

Sedangkan menurut MCreswell (1998) menjelaskan bahwa prosedur wawancara seperti tahapan berikut ini:

1. Identifikasi para partisipan berdasarkan prosedur sampling yang dipilih.
2. Tentukan bagaimana jenis wawancara yang akan dilakukan, kemudian informasi apa yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.
3. Siapkan alat-alat perekaman yang sesuai, seperti contohnya Arlinda untuk pewawancara maupun partisipan. Maka Arlinda harus cukup sensitif untuk merekam pembicaraan terutama apabila ruangan tidak

¹⁰ Bungin, M. Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

memiliki struktur akustik yang baik , yang kemudian ada banyak pihak yang harus direkam.

4. Sebelum wawancara cek kondisi alat perekam, seperti baterainya, atau lain-lainnya. Kemudian kaset harus kosong dan tepat pada pita hitam ketika mulai merekam. Apabila perekaman dimulai, diperhatikan apakah tombol perekam sudah ditekan dengan benar atau belum.
5. Susunlah terlebih dahulu protokol wawancara, mulai dari panjangnya kurang lebih empat sampai lima halaman dengan perkiraan lima pertanyaan terbuka dan selanjutnya sediakan ruang yang cukup antara pertanyaan untuk mencatat bagaimana respon terhadap komentar partisipan.
6. Tentukan dimana tempat wawancara akan dilaksanakan. Apabila memungkinkan ruangan harus cukup tenang, tidak ada distraksi dan yang terpenting nyaman bagi partisipan. Idealnya peneliti beserta partisipan duduk saling berhadapan dengan posisi perekam berada di antaranya, sehingga suara percakapan keduanya dapat terekam dengan baik. Posisi ini juga dapat membuat peneliti untuk mudah mencatat ungkapan non verbal partisipan, seperti tertawa, menepuk kening, dsb.
7. Berikanlah informasi penuh dengan konsentrasi kepada calon partisipan.
8. Selama wawancara dilaksanakan maka sesuaikanlah dengan pertanyaan, lengkapi pada waktu tersebut (jika mungkin), harga partisipan dan selalu bersikap sopan santun terhadap partisipan dan semua orang yang terlibat dalam proses wawancara. Pewawancara yang baik adalah yang lebih banyak mendengarkan daripada berbicara¹¹

3. Dokumentasi

¹¹ Rachmawati, Nur, Imami. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif : Wawancara. Jurnal Keperawatan Indonesia. Vol. 11. No. 1. Hlm. 36-39.

Selain teknik pengumpulan data di atas, maka terdapat juga teknik pengumpulan data melalui dokumentasi. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹²

4. Diskusi Terfokus (*Focus Group Discussion*)

Menurut Kitzinger dan Barbour (1999) diskusi terfokus adalah melakukan eksplorasi suatu isu/fenomena khusus dari diskusi suatu kelompok individu yang berfokus pada aktivitas bersama diantara para individu yang terlibat didalamnya untuk menghasilkan suatu kesepakatan bersama. Aktivitas para individu partisipan yang terlibat dalam kelompok diskusi tersebut antara lain saling berbicara dan berinteraksi dalam memberikan pertanyaan, dan memberikan komentar satu sama lainnya tentang pengalaman atau pendapat diantara mereka terhadap suatu permasalahan/isu sosial untuk didefinisikan atau juga diselesaikan dalam suatu kelompok diskusi tersebut.¹³

1. 8 Teknik Analisis Data

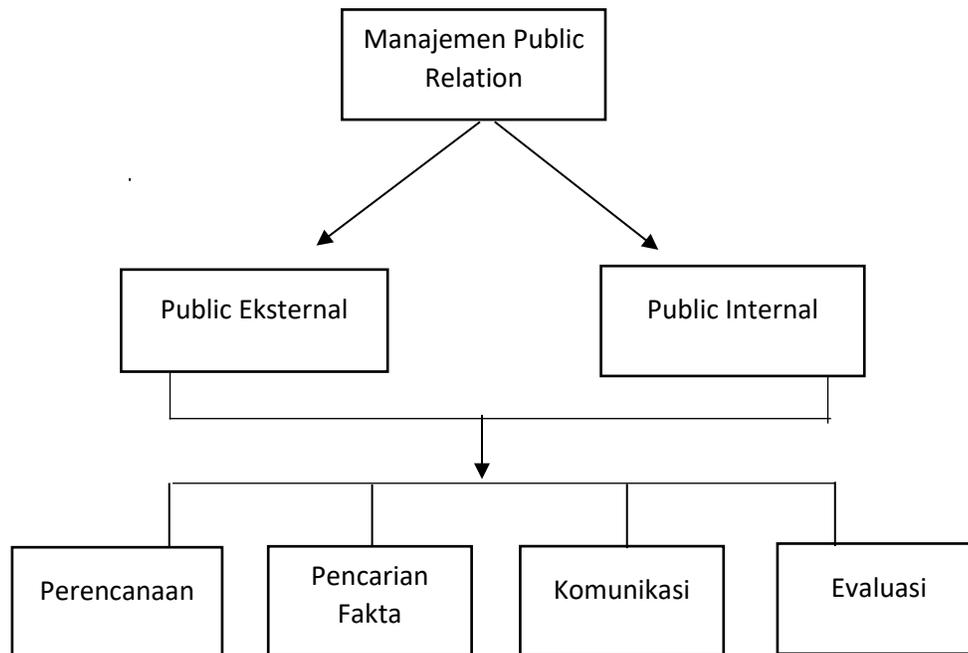
Penulis memilih cara analisis data induktif karena penelitian ini tidak mencari data kepentingan bukti atau penolakan, akan tetapi mencari fakta-fakta yang beragam, sehingga fakta-fakta tersebut dapat di telaah kemudian akan menghasilkan kesimpulan yang berarti. Selain itu penulis juga melakukan proses wawancara yang akan dijabarkan pada bab iv yaitu analisis pembahasan.

¹² Ibid.Hlm. 326.

¹³ Kitzinger, J. (1994). The methodology of focus group interviews: the importance of interaction between research participants. *Sociology of Health and Illness*, 16, 103-121

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep



1.9.2 Definisi Konsep

- **Manajemen Public Relation**

Pada dasarnya Ilmu komunikasi dan Manajemen merupakan kombinasi yang tepat dari ilmu-ilmu sosial untuk menghasilkan wawasan yang bermanfaat bagi kedua bidang keilmuan. Pengertian Manajemen sendiri berasal dari kata *manage* (bahasa latinnya : manus) yang berarti membimbing, mengatur, atau mengarahkan. Istilah manajemen secara Universal merupakan penggambaran sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan dan mencapai kinerja puncak di berbagai jenis organisasi profit maupun non profit. Sedangkan komunikasi adalah proses interaksi sebagaimana yang dilakukan oleh manusia sebagai proses mengungkapkan apa yang mereka maksud dan inginkan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya manajemen public relation adalah proses komunikasi terpimpin yang dilaksanakan untuk

tujuan perusahaan , sehingga kelompok terpimpin dapat mengerti serta dibimbing kearah yang lebih baik.

- **Public Internal**

Public internal atau membina hubungan ke dalam adalah public yang menjadi bagian dari suatu organisasi/instansi/perusahaan itu sendiri. Seorang praktisis public relation harus dapat mengidentifikasi untuk mengenal hal-hal yang menimbulkan dampak negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan yang ada dilaksanakan.

- **Public eksternal**

Sedangkan Public eksternal adalah suatu upaya untuk mempromosikan perusahaan atau instansi atau suatu organisasi guna membina public atau masyarakat umum yang berada diluar instansi/organisasi/perusahaan. Dengan ini maka seorang praktisi public relation harus mampu menggiring opini publiknya kearah positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

1.9.3 Definisi Operational

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “meninjau” berasal dari kata “tinjau” yang artinya “melihat, mengunjungi, menelaah, mempertimbangkan dan menarik kesimpulan”. Verifikasi, pada gilirannya, adalah hasil verifikasi suatu kegiatan, pandangan, atau pendapat (setelah penelitian atau penelitian). Ada banyak jenis karya ilmiah. Yaitu, laporan penelitian, disertasi, disertasi, surat kepada editor, laporan kasus, laporan review, review, dll. Laporan review adalah dokumen yang berisi review penelitian ilmiah selama jangka waktu tertentu. Disertasi biasanya penelitian di bidang tertentu (tergantung pada bidang atau program) dan kemudian secara lisan ditinjau untuk menilai sejauh mana dan kesesuaian penelitian.

Definisi Operational merupakan Memberi makna pada variabel menggunakan spesifikasi aktivitas, implementasi, dan operasi yang

diperlukan untuk mengukur, mengklasifikasikan, dan memanipulasi variabel. Definisi operasional memberi tahu pembaca laporan penelitian apa yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis.

Sehingga dalam penelitian ini terdapat definisi konsep dimana penulis akan memberikan spesifikasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan selama penelitian ini berlangsung, adapun kegiatan yang dilaksanakan merupakan kegiatan dalam upaya pengelolaan Manajemen Public Relation di Hotel Yellow Star Gejayan

- **Pengelolaan Program**

Pengelolaan program sendiri merupakan suatu proses dalam menjalankan pengarahannya dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan dalam pekerjaan. Sehingga dalam hal ini program yang akan dilaksanakan merupakan program dalam upaya menangani pengelolaan yang ada di Hotel Yellow Star Gejayan. Adapun programnya adalah sebagai berikut :

1. *Best Costume Kamis Pahing Berkain*

Terdapat berbagai pengelolaan program di masing-masing instansinya, sehingga dalam hal ini hotel Yellowstar memilih untuk pengelolaan program dalam Kamis Pahing Berkain dimana hal tersebut merupakan program pemerintah. Program ini dijalankan perusahaan dengan tujuan untuk memberikan reward kepada karyawan yang memiliki daya kreatifitas yang tinggi. Selain itu perusahaan juga berharap ini menjadi suatu ciri khas bagi perusahaan mereka. Dengan kreatifitas yang ada maka akan terbentuk berbagai costume berbau tradisional namun tetap unik dan sesuai dengan masing-masing karyawan.

2. *Program Sehat Tanpa HIV*

Selain program tersebut terdapat program lainnya yaitu Sehat Tanpa HIV. Program ini merupakan program terbaru di hotel yellow star gejayan dimana perusahaan bekerjasama dengan dinas kesehatan melalui yayasan vesta. Program ini bertujuan untuk mencegah penularan HIV serta mengedukasi karyawan agar terhindar serta mengobati apabila telah terpapar HIV.

- **Peran Praktisi Public Relation dalam Program**

Dalam berjalannya program tentu saja ada pihak-pihak yang bertanggung jawab, sehingga selama program berlangsung praktisi public relation berperan sebagai orang yang membantu serta bertanggung jawab dalam berjalannya program. Bentuk pertanggung jawaban praktisi public relation adalah ikut andil dalam penyelesaian konflik serta gesekan yang terjadi selama program berjalan. Adapun perannya adalah sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab dalam setiap perencanaan yang dilaksanakan dalam program
2. Mengatur jadwal serta waktu pelaksanaan program
3. Mengkoordinasi setiap divisi untuk ikut dalam program yang berjalan.