

**MANAGEMENT *PUBLIC RELATIONS* MELALUI PROSES KOORIENTASI BAGI  
KEPENTINGAN PENGELOLAAN ARSIP BISNIS JASA PERHOTELAN (Studi  
Kasus Upaya Promosi dan Peningkatan Citra Positif Marina Hotel Bengkulu)**

**Lisa Adhrianti<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi proses manajemen Public Relations pada hotel Grand Marina Pantai Panjang Bengkulu melalui proses koorientasi komunikasi. Teori Koorientasi yang dipilih akan menunjukkan derajat orientasi manager PR dengan petugas administrasi keuangan dan *front office* hotel terkait dengan efektifitas pengelolaan arsip bagi kepentingan promosi hotel untuk membentuk dan meningkatkan citra positif perusahaan. Metode penelitian studi kasus intrinsik dengan pendekatan kualitatif akan mendeskripsikan kesimpulan dan rekomendasi bagi pengembangan keilmuan sosial di bidang komunikasi, kearsipan dan kehumasan.

Kata kunci : Management, Public Relations, Teori Koorientasi, Pengelolaan Arsip, Perhotelan

***MANAGEMENT PUBLIC RELATIONS THROUGH THE COORIENTATION  
PROCESS FOR THE INTERESTS OF HOSPITAL SERVICES BUSINESS ARCHIVES  
MANAGEMENT (Study Case of Positive Image Promotion and Enhancement Efforts of  
Marina Hotel Bengkulu)***

**ABSTRACT**

*This study aims to identify the process of Public Relations management at Grand Marina hotel Pantai Panjang Bengkulu through the process of communication coordination. The selected coorientation theory will show the degree of orientation of the PR manager with the finance administrations staff and hotel's front office officer related to the effectiveness of the archive management for the promotion of the hotel to shape and improve the company's positive image. The intrinsic research case study method with qualitative approach will describe the conclusions and recommendations for the development of social science in the field of communication, filing and public relations.*

*Keywords: Management, Public Relations, Coorientation Theory, Archive, Hospitality.*

## **PENDAHULUAN**

Era informasi dan teknologi digital saat ini semakin membuka peluang dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Termasuk bagi sebuah perusahaan atau organisasi/ lembaga yang bergerak di bidang bisnis jasa maupun produk tentunya menimbulkan beragam tantangan dan peluang untuk lebih inovatif dan kreatif. Agen-agen perubahan dan tata kelola manajemen yang baik sangat diperlukan untuk mempertahankan dan memajukan suatu bisnis. Agen-agen perubahan terkait dengan sumber daya manusia yang berkualitas yang siap bekerja dengan total dan loyal, sedangkan tata kelola manajemen berhubungan dengan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan/evaluasi yang memerlukan berbagai penunjang termasuk pengarsipan. Arsip diperlukan sebagai data penunjang untuk mendukung berbagai kegiatan sebuah lembaga/perusahaan. Arsip sebagai dokumen tertulis mampu menjadi saluran atau alat untuk berkomunikasi dengan berbagai publik di dalam dan diluar suatu lembaga/perusahaan. Arsip dapat digunakan untuk lebih mengenali berbagai publik yang pernah terlibat dalam suatu kegiatan lembaga/organisasi/perusahaan.

Bagi seorang petugas Public Relations (Humas) arsip tentu sangat

diperlukan untuk menunjang tugas-tugas dalam kegiatan manajemen humas. Humas merupakan bagian yang integral didalam organisasi. Humas bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, yang kegiatannya langsung ataupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi atau lembaga. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut Public Relations (Humas) harus mampu mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu organisasi sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya, yaitu praktisi humas harus mampu menyamakan atau menyeimbangkan sikap yang harus dilakukan organisasi terhadap masyarakat, begitu pula sebaliknya sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat.

Hubungan yang baik akan menciptakan citra yang baik (positif) dan tentunya akan ikut berpengaruh kepada kesuksesan suatu promosi produk maupun jasa lembaga/perusahaan. Terlebih bagi sektor bisnis jasa perhotelan yang merupakan industri hospitality. Industri hospitality adalah industri yang berbasis keramahtamahan. Hospitality merupakan industri yang melekat dengan pariwisata. Hotel merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara komersil yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh

pelayanan, penginapan, makan dan minum. Semua hotel menjalankan bisnis penyewaan ruangan penginapan, pertemuan dan lain-lain dengan fasilitas yang menunjang (Angelo & Vladimir, 2009 : 195).

Di Propinsi Bengkulu, bisnis jasa perhotelan terus dikembangkan seiring dengan geliat pariwisata yang terus membaik. Bank Indonesia Bengkulu mencatat ada sejumlah bisnis di bidang jasa kepariwisataan dan penunjangnya yang menjanjikan yaitu diantaranya bisnis akomodasi penginapan dan perhotelan, yang sangat menguntungkan di 2018. Kepala Bank Indonesia ( BI) Perwakilan Bengkulu, Endang Kurnia Saputra menjelaskan sepanjang 2018 akan ada banyak even, rapat-rapat bertaraf nasional yang dilakukan oleh kementerian di Bengkulu.

Hotel Grand Marina Pantai Panjang adalah salah satu hotel yang berdiri sejak tahun 2009 memiliki visi untuk ikut mendukung dan memajukan pariwisata di Bengkulu. Hotel dengan kelas standar bintang tiga ini berkonsep seperti rumah singgah (Bungalow) yang menawarkan penginapan di tepi Pantai Panjang kota Bengkulu. Sampai saat ini manajemen Grand Marina Hotel terus mengupayakan agar citra hotel tetap baik dengan menyeleksi tamu yang akan menginap untuk menepis citra negatif yang

banyak dipersepsikan terhadap hotel bungalow di Pantai Panjang Bengkulu. Selain penyeleksian terdapat berbagai hal lain yang mendukung kegiatan manajemen bagi promosi Hotel Marina.

Kegiatan manajemen Hotel Marina Pantai Panjang Bengkulu dalam mempertahankan citra positif bagi masyarakat melalui proses ko-orientasi menarik untuk diuraikan melalui penelitian ini. Ko-orientasi komunikasi akan menunjukkan derajat orientasi manager Public Relations (PR) dengan petugas *front office* hotel terkait dengan efektifitas pengelolaan arsip bagi kepentingan promosi hotel untuk membentuk dan meningkatkan citra positif hotel.

### **Kajian Teoritis**

Menurut G.R Terry manajemen adalah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah di tentukan (Ruslan, 2005:16). Sedangkan Frank Jefkins menyebutkan bahwa Humas adalah suatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik kedalam maupun luar anatar suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Dengan demikian manajemen humas dapat diartikan sebagai suatu kegiatan usaha

yang terencana yang menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang disertai dengan i'tikad baik, rasa simpati, saling mengerti untuk memperoleh pengakuan penerimaan, dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain untuk mencapai kemanfaatan dan kesepakatan bersama (Ruslan, 2005:17).

Kegiatan manajemen humas (Public Relations) diarahkan untuk menunjang promosi dan citra positif. Promosi sebagai bentuk dari kegiatan komunikasi pemasaran terkait dengan aktivitas untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan mengingatkan target sasaran untuk loyal kepada produk yang ditawarkan (Tjiptono, 2001:219). Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, dalam bahasa Inggris disebut "tour". (Yoeti, 1985:103).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990:667), citra adalah pemahaman kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan.

Kegiatan manajemen humas bagi promosi dan peningkatan citra perusahaan melibatkan komunikasi di dalamnya. Teori ko-orientasi dapat menjelaskan tentang komunikasi dalam kegiatan manajemen humas. Fokus dari teori ini adalah komunikasi antar kelompok dalam

masyarakat yang berlangsung secara interaktif dan dua arah. Pendekatan ini memandang sumber informasi, komunikator, dan penerima dalam suatu situasi komunikasi yang dinamis. Ko-orientasi terjadi ketika dua atau lebih individu secara simultan berorientasi kepada orang lain dan sesuatu yang saling berkepentingan. Asumsinya adalah orientasi individu kepada seseorang berdasarkan pada persepsi mereka dan gambaran orang lain serta tujuannya berkenaan dengan objek yang saling berkepentingan. Kemudian, kelompok individu itu melakukan tindakan kepada kelompok lain berdasarkan persepsi, gambaran, posisi dan tujuan kelompok lain. (Ardianto, 2010:110). Teori ini menjelaskan bahwa informasi mengenai suatu peristiwa dicari dari atau didapat dari anggota masyarakat dengan mengacu pada pengalaman pribadi, sumber dari kalangan elite, media massa, atau kombinasi. Arsip merupakan salah satu sumber informasi yang dapat menjelaskan tentang data seseorang. Setiap organisasi atau institusi baik pemerintah maupun swasta pasti akan menciptakan arsip (rekod) karena rekod merupakan informasi terekam yang tercipta (diterima atau sengaja dibuat), dikumpulkan dan dipelihara dalam rangka melaksanakan kegiatan operasional organisasi.

Hotel adalah suatu penyedia layanan jasa penginapan. Menurut Kotler (2000 : 477) jasa adalah setiap tindakan atau aktivitas dan bukan benda yang dapat ditawarkan kepada orang lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik), dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dirasakan dari pada dimiliki, serta semua pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi jasa tersebut. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan bergantung pada penilaian kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak perusahaan (Supranto, 1997: 227).

Dalam surat keputusan Menparpostel No. KM37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel Bab I, pasal 1, ayat (b) menyebutkan hotel adalah “ suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa pengunjung lainnya bagi umum dikelola secara komersial”.

### **Metode Penelitian**

Paradigma penelitian ini adalah postpositivis dengan pendekatan kualitatif, didasarkan dengan pertimbangan tujuan penelitian (eksplorasi deskripsi) dan juga dikarenakan peneliti ingin mengetahui secara detail tentang Manajemen Public

Relations melalui proses koorientasi bagi pengelolaan arsip bisnis untuk menunjang kegiatan promosi dan peningkatan citra positif hotel Grand Marina Pantai Panjang Bengkulu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Data primer dikumpulkan dengan teknik wawancara kepada pihak pemilik Hotel Grand Marina Pantai Panjang Bengkulu yang berlaku sebagai Humas dan karyawan front office serta dengan observasi langsung ke lokasi Hotel melihat kegiatan harian.

Sedangkan data sekunder adalah berasal dari literatur, rekaman ataupun publikasi dan sebagainya yang mampu mendukung keabsahan data primer baik melalui literatur asli maupun online.

Analisa data dilakukan dengan cara interpretasi melalui pemberian makna, dengan mendasarkan kepada pernyataan - pernyataan informan.

Data disajikan dalam bentuk narasi yang disusun secara deskriptif dan sistematis berdasarkan proses dan urutan kejadian untuk mempermudah pemahamannya.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pantai Panjang yang merupakan ikon utama Kota Bengkulu setelah julukan “Bumi Raflesia” memiliki potensi besar untuk mendukung sektor pariwisata Bengkulu yang semakin digalakkan oleh

pemerintah menyambut target Wonderful Bengkulu 2020. Tujuan Pemerintah daerah yang ingin menjadikan Bengkulu sebagai daerah tujuan wisata memerlukan upaya maksimal yang tidak sedikit.

Salah satu komponen yang dapat menunjang sektor pariwisata di kawasan Pantai Panjang adalah fasilitas penginapan (hotel) selain dari fasilitas umum lainnya seperti tempat perbelanjaan dan wisata kuliner. Saat ini telah banyak didirikan penginapan (hotel) di sekitar Pantai Panjang dengan bentuk dan fasilitas yang beragam. Berdasarkan pengamatan peneliti, terdapat sekitar 3 hotel besar kategori bintang 4 dan banyak hotel berkonsep bungalow kategori bintang 3 di sekitar Pantai Panjang. Beberapa restoran dan klub malam juga kian marak di kawasan Pantai Panjang.

Hotel berkonsep bungalow dengan fasilitas mirip hotel bintang 3 tersebut kerap dianggap bercitra negatif karena tidak selektif dalam menerima tamu sehingga rentan terhadap berbagai tindakan asusila. Kegiatan promosi yang tampak dilakukan oleh pengelola hotel tersebut juga jarang terlihat atau diumumkan ke masyarakat. Hal ini menjadi tantangan khusus bagi pengelola dan tenaga humas (Public Relations) di dalamnya untuk semakin berbenah meningkatkan kualitas untuk

memperoleh reputasi yang baik di masyarakat.

Salah satu hotel yang dianggap serius melakukan peningkatan fasilitas, kualitas dan nama baik adalah Hotel Grand Marina Pantai Panjang. Hotel yang didirikan pada tahun 2009 oleh seorang perempuan asli daerah Bengkulu yang bernama Susilhayati tersebut masih tetap bertahan hingga saat ini. Hotel resort berkonsep bungalow yang biasa melayani tamu dari dalam dan luar kota Bengkulu untuk menginap itu telah menjalankan kegiatan manajemen yang cukup konsisten hingga saat ini.

Selama ini kegiatan manajemen Public Relations Grand Marina Hotel dibantu oleh seorang tenaga administrasi keuangan dan dua orang front office yang selalu mencatat dan menyimpan administrasi terkait dengan kunjungan pelanggan dan promosi hotel.

Beberapa hal pokok terkait manajemen Public Relations yang dilakukan oleh Grand Marina Hotel adalah : Pertama, dengan menguatkan nama (brand) hotel. Nama hotel dipilih karena lokasi di sekitar Pantai Panjang dan diambil dari kata serapan asing yaitu 'Marine' namun dengan unsur warna yang dipilih adalah merah dan biru. Merah adalah warna kesukaan pemiliknya dan biru identik dengan nuansa laut. Pemilik

hotel Susilahayti menegaskan bahwa Marina adalah impinnya.

Kedua, kegiatan manajemen dilakukan dengan memetakan dan mengenal publik internal dan eksternal mereka. Publik internal Hotel Grand Marina adalah para pimpinan dan karyawan dan tamu hotel yang menginap, sedangkan publik eksternal hotel adalah masyarakat dalam dan luar Bengkulu, rekan bisnis, pemerintah daerah, wartawan dan media. Adapun upaya pihak hotel terhadap publik internal dan eksternal mereka adalah dengan berusaha menjalin komunikasi yang baik walaupun diakui masih banyak yang belum maksimal.

Upaya ketiga dalam kegiatan manajemen Public Relations Grand Marina hotel adalah dengan pengelolaan administrasi. Salah satunya adalah dengan pengelolaan arsip bisnis terkait dengan pencatatan, perekaman dan penyimpanan berbagai dokumen yang terkait dengan aktivitas bisnis di hotel Marina.

Pengelolaan arsip bisnis inilah yang melibatkan proses ko-orientasi antara Public Relations, tenaga administrasi keuangan dan tenaga front office hotel.

Koorientasi komunikasi terjadi melalui komunikasi antar pribadi dalam situasi formal maupun non formal. Situasi formal dilakukan dalam rapat (meeting) harian sebelum memulai aktivitas.

Dalam pertemuan rutin setiap pagi tersebut biasanya dibahas tentang kegiatan kemarin dan rencana kegiatan yang akan dilakukan beserta evaluasi yang berisi kritik dan saran. Selain dari diskusi yang dilakukan juga disertakan bukti-bukti penunjang sebagai bahan rapat yang berasal dari dokumen arsip hotel seperti data identitas jumlah tamu yang datang, keluhan dan masukan dari tamu yang disampaikan, data pemasukan dari penginapan, laundry, makanan dan minuman.

Koorientasi dalam situasi non formal terjadi pada instruksi/himbauan yang sifatnya di luar rapat. Misalnya Public Relations menghimbau dan mengingatkan petugas administrasi keuangan untuk mencatat seluruh jumlah pemasukan dan pengeluaran harian hotel dan meminta catatan sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan/kepentingan. Selain itu Humas memberikan masukan dan senantiasa mengingatkan petugas front office untuk mengecek data pribadi dan dokumennya kepada setiap tamu yang datang dan ingin menginap, serta mencatat data setiap orang yang datang dengan sifat hanya ingin menanyakan informasi tentang hotel pada sebuah buku tamu yang telah disediakan.

Petugas front office juga menerima setiap transaksi yang berasal dari para tamu yang memakai jasa Grand Marina

Hotel. Setiap transaksi yang dilakukan front office akan dicatat dan disetorkan kepada staff administrasi keuangan untuk kepentingan pembukuan. Kerjasama timbal balik ini menunjukkan derajat koorientasi dalam manajemen hotel berlangsung baik. Staf front office juga sering menyampaikan tentang kondisi yang terjadi kepada humas dan administrasi keuangan. Misalnya terkait dengan kebiasaan tamu, tamu yang menjadi pelanggan karena datang lebih dari satu kali atau misalnya ada kejanggalan dalam data tamu hotel.

Aturan informasi berdasarkan arsip terkait dengan data konsumen maupun pelanggan hotel tersebut secara konsisten dilakukan manajemen hotel Marina untuk mempertahankan nama baik hotel dan mengelola daftar pelanggan yang termasuk loyal untuk kemudian diberikan bonus khusus dalam rangka promosi.

Pengelolaan arsip yang baik akan berdampak pada proses manajemen yang lancar. Arsip di hotel Marina yang berasal dari data petugas administrasi keuangan dan petugas front office berguna untuk melihat dan mengevaluasi nama baik hotel agar terhindar dari julukan hotel mesum yang dapat merusak citra polah sitif hotel, disamping itu juga untuk mengetahui dan mendata para pelanggan setia yang berhak menerima bonus berupa diskon khusus atau menginap gratis di hotel jika telah

datang menginap. Misalnya minimal lima kali inap akan diberikan diskon 50% sedangkan yang telah datang menginap sepuluh kali akan diberikan bonus menginap gratis sebanyak satu malam di hotel Marina.

Proses komunikasi yang terjadi antara PR, petugas administrasi keuangan dan petugas front office berdasarkan dokumen arsip yang ada merupakan implementasi teori koorientasi yang baik dan dapat menunjang citra positif hotel serta berguna bagi kepentingan promosi hotel sebagaimana asumsi teori koorientasi yang menyatakan bahwa ko-orientasi terjadi ketika dua atau lebih individu secara simultan berorientasi kepada orang lain dan sesuatu yang saling berkepentingan dengan merujuk pada sesuatu hal yang dianggap penting, dalam hal ini adalah arsip yang merupakan salah satu sumber informasi yang dapat menjelaskan tentang data seseorang yaitu tamu hotel.

### **Kesimpulan**

Kegiatan manajemen Public Relations pada hotel Grand Marina Pantai Panjang Bengkulu untuk menunjang promosi dan citra positif hotel dilakukan melalui cara : *Pertama*, dengan menguatkan nama brand melalui logo dengan arti dan warna khusus; *Kedua*, dengan mengenali dan berupaya menjalin komunikasi dengan publik internal dan

eksternal, namun untuk publik eksternal dari pemerintah daerah dan media belum terlalu maksimal bekerjasama; *Ketiga*, melalui pengelolaan administrasi berupa tata kelola arsip. Arsip yang dikelola melibatkan proses koorientasi antara Public Relations, tenaga administrasi keuangan dan petugas front office untuk menjelaskan tentang data-data tentang identitas tamu yang pernah menginap beserta kesan, pesan, kritik, saran yang disampaikan serta data tentang lalu lintas keuangan tamu terkait pembayaran jasa inap, biaya makan dan minum tambahan. Data arsip ini juga digunakan untuk mengevaluasi nama baik hotel serta sebagai panduan untuk memberikan bonus khusus kepada pelanggan dalam rangka promosi hotel.

### **Daftar Pustaka**

#### **Buku**

- Ardianto, Elvinaro (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Ruslan, Rosady. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. edisi ke-5. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yoeti. Oka. (1991). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

#### **Jurnal :**

Prayudi, M. Agus. *Peranan Public Relations dalam Bisnis Hospitality*. Jurnal Sosiohumaniora vol.3 No. 3., Mei 2012 ISSN : 2087-1899. Akademi Pariwisata Indraprasta Yogyakarta.

#### **Sumber Online :**

<http://pedomanbengkulu.com/2018/01/bisnis-penunjang-wisata-bengkulu-kian-menjanjikan/> diakses tanggal 28 Maret 2018 Pukul 21.00 WIB.

<http://repository.ut.ac.id/4085/1/ASIP4314-M1.pdf>. Modul 1 Pengantar Arsip Bisnis Ir. Anon Mirmani, SIP. Diakses tanggal 29 Maret 2018 Pukul 15.00 WIB.