

## **Peranan Management Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan**

**Riza Afni <sup>1\*</sup>, Sontina Griche Tambunan <sup>1</sup>, Rianto Manurung <sup>1</sup>, Susi Marta Tambunan <sup>1</sup>, Lukman Nasution <sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Akademi Pariwisata Medan Hotel School, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup> rizaafni1988@gmail.com

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian Kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode Forum Diskusi, pelatihan dan tanya jawab serta menampilkan video terkait dengan Management Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan di Le Polonia Hotel. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada Manajemen Hotel Le Polonia terlaksana dengan baik dan lancar sesuai dengan perencanaan. Peserta pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu pemangku kebijakan dan karyawan hotel, telah mendapatkan pengetahuan serta pemahaman yang baik tentang urgensi Management Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan di Le Polonia Hotel. Selain itu, penelitian ini juga berguna bagi bidang informatika, terutama dalam pengelolaan data dan sistem komunikasi dalam manajemen hubungan masyarakat.

**Kata Kunci :** Pengelolaan Data, Manajemen Hubungan Masyarakat.

### **Abstract**

This community service activity was carried out using the methods of discussion forums, training, and Q&A sessions, as well as presenting videos related to Public Relations Management in Maintaining the Image of the Hospitality Service Company at Le Polonia Hotel. The community service activity conducted at the Management of Le Polonia Hotel was successfully implemented smoothly and in accordance with the plan. The participants in this community service activity, consisting of policymakers and hotel employees, gained knowledge and a good understanding of the urgency of Public Relations Management in Maintaining the Image of the Hospitality Service Company at Le Polonia Hotel. Furthermore, this research is also beneficial for the field of informatics, particularly in data management and communication systems in public relations management.

**Keywords:** Data Management, Public Relations Management.

## **1. PENDAHULUAN**

Persaingan dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran baru yang dapat membangun produk dan jasa yang memberikan nilai lebih kepada konsumen. Perusahaan di bidang jasa khususnya hotel, harus pintar memenuhi kebutuhan dan mahir dalam memperkenalkan perusahaannya dengan baik kepada konsumen yang bertujuan untuk memuaskan konsumen. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas dengan pelayanan yang bagus dan peran manajemen yang unggul yang dapat bersaing juga meningkatkan citra bahkan menguasai pasar bisnis, dari sekian banyak kebutuhan. Adapun tujuan dari kegiatan ini antara lain membangun *Management Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan, tujuan utama adalah dengan adanya publik relations kita bisa memanfaatkan sisi positif dan memberikan lowongan pekerjaan bagi masyarakat sekitar agar bisa menguntungkan satu sama lain dan tidak terjadinya pihak ketiga yang akan mempengaruhi citra industri hotel. Mitra belum menguasai pengetahuan, informasi serta keterampilan untuk mengelola Management Public Relations. Mitra belum pernah diberikan suatu pelatihan khusus untuk membangun Management Public Relations.

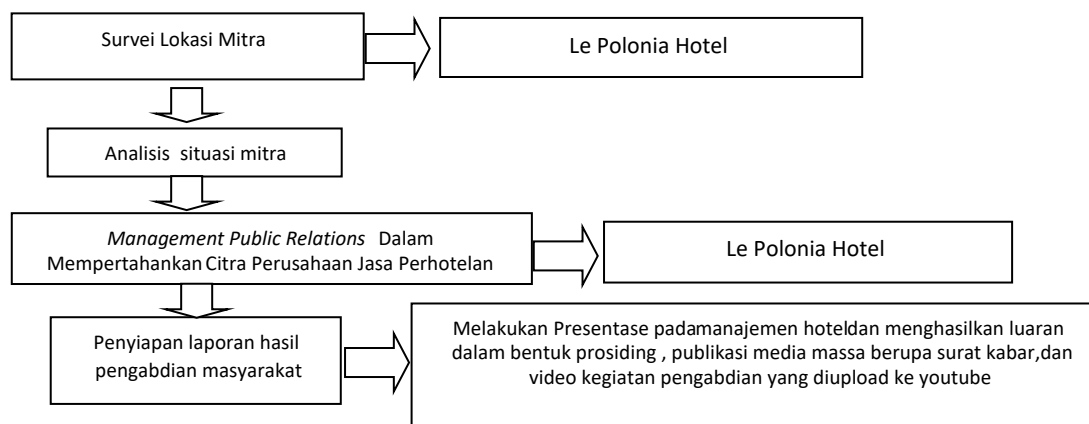
## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

Hotel merupakan suatu perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan serta menyajikan segala makanan dan minuman serta fasilitas lainnya yang dijual secara terus-menerus[1]. Karena hotel bergerak dibidang jasa[2], maka pengelolaannya harus berdasarkan suatu bentuk organisasi[2] yang gunanya untuk mempermudah dalam mempertanggung jawabkan setiap kegiatan dari departemen yang ada di hotel tersebut[2]. Disamping itu untuk menetapkan masing-masing tugas dari

setiap departemen, agar terjalin kerjasama yang baik antara departemen yang satu dengan departemen lainnya[3], begitu pula dengan para karyawannya[4][5]. Perusahaan yang mampu mempertahankan eksistensi dan merebut pasar dinilai memiliki keunggulan dan nilai lebih di masyarakat. *Public Relations* merupakan salah satu saluran berkomunikasi[6], komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* mempunyai tujuan untuk menjalin dan menjaga hubungan baik dengan *public internal* dan eksternal[7]. Hal itu terwujud didalam suatu perusahaan yang diwakilinya, komunikasi dilakukan untuk mewujudkan kepentingan perusahaan tersebut. *Public Relations* adalah komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan publik[8] dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis[8] dengan melalui komunikasi[9] saling timbal balik guna menciptakan saling pengertian kepada publik baik internal maupun eksternal[10].

### 3. METODE PELAKSANAAN

Penelitian pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode partisipatif untuk memastikan keterlibatan aktif peserta. Metode yang digunakan meliputi forum diskusi untuk pertukaran pengetahuan antara pemangku kebijakan dan karyawan hotel, sesi pelatihan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam Manajemen Hubungan Masyarakat, serta sesi tanya jawab interaktif guna memperjelas konsep yang dibahas. Selain itu, presentasi video digunakan untuk memberikan penjelasan visual tentang strategi Manajemen Hubungan Masyarakat melalui studi kasus dan contoh nyata. Evaluasi dan umpan balik dari peserta juga dikumpulkan untuk menilai efektivitas program serta meningkatkan pelaksanaan di masa mendatang. Penelitian ini tidak hanya berdampak pada industri perhotelan, tetapi juga berkontribusi pada bidang informatika, khususnya dalam pengelolaan data dan sistem komunikasi dalam Manajemen Hubungan Masyarakat, dengan menyoroti pentingnya integrasi alat digital dalam strategi komunikasi korporat modern. Dengan penerapan metode ini, program pengabdian kepada masyarakat di Hotel Le Polonia berhasil dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuannya.



Gambar 1. Alur pelaksanaan pengabdian

Evaluasi yang keberlanjutan program PKM dilakukan oleh 2 pihak yaitu tim pengusul dan LP3M AKPAR Medan Hotel School. Tim pengusul akan melakukan pengujian pre-test dan post-test keberhasilan program sebelum dan sesudah kegiatan PKM dengan memberikan instrument angket kepada mitra atas respon capaian keberlangsungan program PKM yang telah dilakukan. Sedangkan pihak LP3M AKPAR Medan Hotel School dalam melakukan evaluasi keberlanjutan program dengan menerapkan monitoring dan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan dengan menggunakan instrument monev yang terdapat pada Buku Panduan Penelitian dan Pengabdian. Evaluasi pelaksanaan dan keberlanjutan ditujukan untuk menilai capaian target luaran yang telah disusun oleh tim pengusul agar tercapai sesuai dengan dengan jadwal yang telah disusun. Dengan menggunakan metode kemitraan dan sistem pendekatan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dari tahap survei awal ke lokasi mitra dengan mengamati dan mewawancarai beberapa pengelola serta berkoordinasi dengan pihak Hotel. Dengan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat di Le Polonia Hotel diharapkan akan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang *Management Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan. Adapun gambaran Ipteks yang diiharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah terciptanya pengetahuan dan pemahaman terkait dengan *Management Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan di Le Polonia Hotel.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM melibatkan berbagai bidang keahlian untuk menyelesaikan permasalahan prioritas mitra, khususnya dalam aspek pengetahuan dan teknologi tepat guna. Dalam pelaksanaannya, tim pengusul juga menggandeng sembilan mahasiswa dari program studi Perhotelan untuk turut serta dalam kegiatan ini. Partisipasi mitra sangat penting dalam mendukung kelancaran program PKM, terutama dalam proses transfer informasi, pengetahuan, dan keterampilan. Bentuk partisipasi mitra meliputi pemberian informasi terkait permasalahan yang dihadapi, penyediaan tempat dan waktu untuk kegiatan, serta pemberian data profil dan produk guna pengembangan website e-commerce. Selain itu, mitra juga berperan aktif dalam monitoring dan evaluasi baik dari internal maupun eksternal untuk memastikan efektivitas program yang dijalankan.

Le Polonia Hotel berperan penting dalam program pengabdian masyarakat dengan memberikan keterampilan kepada karyawan dalam membangun Manajemen Public Relations. Hotel ini juga menjadi forum untuk silaturahmi dan bertukar pikiran antara karyawan, stakeholders, dan pihak eksternal. Selain itu, program ini juga merupakan bentuk kerjasama antara dosen di AKPAR Medan Hotel School dengan Manajemen Hotel Le Polonia.

Dampak ekonomi dan sosial dari pengabdian ini mencakup peluang bagi hotel untuk mengembangkan Manajemen Public Relations dan menghasilkan output yang bermanfaat bagi perusahaan. Selain itu, program ini memberikan semangat kerja bagi karyawan dan meningkatkan tata kelola manajemen hotel yang pada akhirnya akan memperbaiki kinerja hotel.



**Gambar 2.** Pelatihan, Bimbingan dan Diskusi *Management Public Relations* Hotel

Kontribusi mitra sangat penting dalam pelaksanaan program ini. Mitra membantu meningkatkan potensi hotel dalam membangun Manajemen Public Relations untuk mempertahankan citra perusahaan, serta menjadi sarana bagi dosen untuk mengaplikasikan ilmunya di lingkungan manajemen hotel.

Faktor pendukung program ini meliputi tersedianya tenaga ahli yang memadai, antusiasme tinggi dari karyawan Le Polonia Hotel, dukungan pimpinan hotel, dan ketersediaan dana dari AKPAR Medan Hotel School. Namun, ada beberapa faktor penghambat, seperti kurangnya pengetahuan awal dari karyawan mengenai Manajemen Public Relations, keterbatasan waktu untuk pelatihan, dan perbedaan daya tangkap peserta yang mempengaruhi efektivitas program.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman yang baik kepada pihak hotel mengenai urgensi *Management Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan di Le Polonia Hotel.

#### 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Hotel Le Polonia dengan tema membangun Manajemen Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan terlaksana dengan baik dan lancar sesuai dengan perencanaan. Peserta, yaitu karyawan di Le Polonia Hotel, telah memperoleh pemahaman yang baik tentang urgensi membangun Manajemen Public Relations untuk mempertahankan citra perusahaan. Sebagai saran, kepada pimpinan dan manajemen Hotel Le Polonia, diharapkan untuk terus aktif mengikuti pelatihan dan workshop manajemen hotel guna meningkatkan output yang baik bagi perusahaan.

**Daftar Pustaka**

- [1] M. Kozłowski and J. Korzeniewski, "Studying the effectiveness of investments in hotel services using customer sentiment analysis," *Qual. & Quant.*, pp. 1–29, 2024.
- [2] A. Valenzuela-Ortiz, J.-A. Castañeda, and J. Chica-Olmo, "Good or excellent? Factors determining online hotel ratings. A spatial approach," *J. Hosp. Mark. & Manag.*, vol. 33, no. 2, pp. 208–232, 2024.
- [3] A. Kaur, S. Goyal, and N. Batra, "Smart Hospitality Review: Using IoT and Machine Learning to Its Most Value in the Hotel Industry," in *2024 International Conference on Automation and Computation (AUTOCOM)*, 2024, pp. 320–324.
- [4] A. S. R. Amanda, S. S. Hamidah, R. Rusdiana, and F. Muhammad, "Peran Public Relations di Industri Perhotelan," *Cebong J.*, vol. 1, no. 2, pp. 47–52, 2022.
- [5] M. U. Batoebara and D. Zebua, "Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan," *Netw. Media*, vol. 4, no. 2, pp. 20–39, 2021.
- [6] T. Meynhardt, P. Strathoff, J. Bardeli, and S. Brieger, "Public administration contributes to happiness: a study on the relationship between public value and happiness in Switzerland," *Int. J. Public Sect. Manag.*, 2024.
- [7] B. Lestari and W. Hadi, "Kinerja Karyawan Hotel Dalam Meningkatkan Occupancy Tamu Di Hotel Lilik Dagen Yogyakarta," *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol. 4, no. 1, 2013.
- [8] A. T. Verčič, D. Verčič, S. Čož, and A. Špoljarić, "A systematic review of digital internal communication," *Public Relat. Rev.*, vol. 50, no. 1, p. 102400, 2024.
- [9] S. M. N. Sipayung *et al.*, "Implementasi Dan Pengembangan E-Bisnis Era Revolusi Industri 4.0," in *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan*, 2022.
- [10] J. Grutzpalk and S. Jarolimek, "The importance of police public relations in assembly situations," in *Public Order Policing: A Professional's Guide to International Theories, Case Studies, and Best Practices*, Springer, 2024, pp. 399–411.