

## **Pelatihan Pengelolaan Branding Hotel Ponty Melalui Optimalisasi Media Relations**

**Rita Herlina, Eli Susana, Baruna Tyaswara**

Universitas BSI, [Rita.rlx@bsi.ac.id](mailto:Rita.rlx@bsi.ac.id)

### **Abstrak**

Media komunikasi adalah pilihan setiap perhotelan dalam menyampaikan informasi hotelnya kepada konsumen. Berbagai upaya promosi melalui media massa telah dilakukan oleh Hotel Ponty. Diperlukan peran *Public Relations* untuk menciptakan *branding* perusahaan, maka *public relations* harus mampu menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal demi terwujudnya citra positif di masyarakat. *Media relations* adalah salah satu kebutuhan Hotel Ponty, agar bisa menjalin kerjasama dan menjalin hubungan yang baik dengan media massa, melalui upaya memberikan pelayanan kepada media, menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya, memasok naskah informasi yang baik, melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan informasi, penyediaan fasilitas yang memadai, dan membangun hubungan secara personal dengan media.

**Kata Kunci:** *Branding, Hotel Ponty, optimalisasi media relations*

### **Abstract**

*Media communication is the choice of every hotel in delivering hotel information to consumers. Various promotional efforts through mass media have been carried out by the Ponty Hotel. The role of Public Relations to create corporate branding, then public relations must be able to establish good relations with the internal and external public for the sake of creating a positive image in the community. Media relations is one of the needs of the Ponty Hotel, in order to establish cooperation and establish good relations with the mass media, through efforts to provide services to the media, establish a reputation for trustworthiness, supply good information texts, carry out good cooperation in providing information, providing adequate facilities, and building personal relationships with the media.*

**Keyword:** *Branding, Ponty Hotel, optimization of media relations*

*Diterima: 30 Juli 2018, Direvisi : 11 Agustus 2018, Dipublikasikan : 20 Agustus 2018*

### **Pendahuluan**

Hotel Ponty merupakan sebuah brand UKM yang mengandalkan pekerjaan yang berdasarkan atas asa kekeluargaan. Berbeda dengan Hotel bintang 5 dengan mengandalkan sumber daya dari kalangan khusus perhotelan, Hotel Ponty sendiri lebih mengandalkan sumber daya dari keluarga, teman-teman terdekat dan masyarakat sekitar berdasarkan asas kepercayaan.

Hotel Ponty sebagai hotel yang manajemennya dikelola oleh keluarga, memiliki tantangan besar di tengah maraknya persaingan hotel saat ini, terutama Hotel Ponty berada di tengah kawasan yang dipenuhi perhotelan. Perang media semakin masif di era milenial ini. Media massa menjadi pilihan setiap perhotelan dalam menyampaikan informasi hotelnya kepada masyarakat.

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula (Alim, 2016). Berbagai upaya promosi melalui media massa telah dilakukan oleh Hotel Ponty, terutama penggunaan media on line yaitu *Tweeter, Facebook, Instagram* dan *Web Site*. Hanya saja karena pengelolaan manajemen Hotel Ponty yang masih bersifat kekeluargaan, sehingga proses *media handling* mengalami hambatan dan kurang maksimal. Media massa sangat penting untuk mempromosikan segala bentuk informasi yang ada di perusahaan kepada masyarakat luar. Dengan begitu maka media dan *public relations* saling berhubungan dan membutuhkan. Untuk menciptakan branding perusahaan maka *public relations* harus mampu menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal demi terwujudnya citra positif di masyarakat.

*Media relations* adalah salah satu kebutuhan Hotel Ponty, agar bisa menjalin kerjasama dan menjalin hubungan yang baik dengan media massa. Iriantara (2005) mengemukakan, *media relations* merupakan bagian dari PR eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Meskipun upaya *media relations* belum maksimal, tetapi dalam sebuah kesempatan tertentu di awal tahun 2018, Hotel Ponty pernah bekerjasama dengan salah satu stasiun televisi swasta, dengan menerima Hotel Ponty dijadikan sebagai lokasi *shooting* tanpa biaya sedikitpun, bahkan Hotel Ponty turut serta menjamu para kru televisi sebagai upaya *media relations*. Keuntungan bagi Hotel Ponty secara tidak langsung adalah menjadi upaya promosi bagi hotelnya.

Perlu peran *public relations* dalam *media handling* Hotel Ponty, karena selama ini manajemen hotel dipegang oleh keluarga dengan sumber daya yang terbatas. *Media Handling* adalah bagian dari keterampilan *Public Relations (PR Skills)* dalam menangani atau mengatasi media. Karenanya, *Media Handling* termasuk dalam konsep *Media Relations* (hubungan media/pers). Keterampilan yang dibutuhkan dalam *media handling* yakni keterampilan berbicara (*speaking skills*) dan menulis (*writing skills*), pemahaman dalam dunia media dan kewartawanan (jurnalistik)

Salah satu fungsi praktisi PR adalah menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kebijakan, rencana program dan aktivitas organisasi yang terkait dengan kepentingan umum. Untuk mencapai publik yang luas dan berada di banyak tempat, maka kerjasama dengan media massa menjadi kebutuhan utama. Media massa yang proaktif akan mendatangi seorang PR, karena mereka sebagai narasumber yang mewakili organisasi.

Dalam kerjasama pengabdian masyarakat ini, diperlukan pemahaman manajemen Hotel Ponty dalam melaksanakan *media Handling*. Untuk itu pelatihan tentang pemanfaatan *media relations* adalah sebagai upaya meningkatkan kerjasama yang baik antara pihak hotel dengan media massa, yang sama-sama saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Sehingga dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini tim abdimas mengangkat tema "Pelatihan Pengelolaan *Branding Hotel Ponty* Melalui Optimalisasi *Media Relations*."

### Metode

Penelitian ini menggunakan kajian teoritis *media relations* dengan penerapan teori Citra. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Sehingga, penelitian ini menghasilkan sebuah terapan *media relations* Hotel Ponty.

Penulis melakukan pencarian literatur, mengidentifikasi, lalu mengambil data. Penilaian terhadap kualitas penelitian yang dilakukan oleh penulis secara mandiri, menggunakan pendekatan kualitatif dan studi kasus. (Ardianto, 2010).

### Hasil dan Pembahasan

*Public Relations* memiliki peran dalam menjaga citra yang baik dimata masyarakat melalui kerjasama dengan media. *Public Relations* maupun pelaku bisnis untuk dapat mempertahankan di tengah persaingan dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan hotel. Namun fasilitas hotel yang bagus dan pelayanan yang baik saja tidak cukup untuk mendapatkan kepercayaan di mata pelanggan tanpa ada peran dari media massa. Apalagi sekarang ini kita berada di tengah masyarakat komunikasi yang membutuhkan informasi dari media massa. Oleh karena itu kegiatan komunikasi banyak memanfaatkan media massa untuk berkomunikasi dengan publik. (Noviana, 2017)

Diperlukan pengelolaan atas informasi perusahaan dengan menjaga hubungan baik terhadap media massa, agar publisitas dapat terwujud. Untuk itu *Public Relations* melakukan *media relations* guna memperlancar publisitas atas informasi perusahaan (Sholikhah, 2016). Iriantana (2008) mengatakan untuk menjalankannya, *Public Relations* memerlukan strategi *media relations* di dalam menjalin hubungan dengan media massa untuk menciptakan citra yang positif di dalam masyarakat. Strategi *media relations* yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan.

Beberapa tahap upaya optimalisasi *media relations* yang dapat dilakukan oleh PR dalam hal ini manajemen Hotel Ponty, berdasarkan prinsip umum untuk membina hubungan pers yang baik kata Jefkins, (dalam Soleh Soemirat dan Elvinaro, 2005:124-125):

1. *By servicing the media* yaitu memberikan pelayanan kepada media. Misalnya PR atau manajemen Hotel Ponty harus mampu menciptakan kerjasama dengan media. PR harus menciptakan hubungan timbal balik. Artinya hubungan dengan media itu haruslah dipandang positif dan disambut dengan tangan terbuka.
2. *By establishing a reputations for reliability* yaitu menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya. Misalnya selalu menyiapkan bahan-bahan informasi akurat di mana dan kapan saja diminta. Melalui kerja sama dengan media massa, Hotel Ponty hendaknya selalu *up to date* menyiapkan informasi dari berbagai even yang ada di Hotel Ponty, sehingga informasi tersebut dapat diketahui secara luas oleh masyarakat.
3. *By supplying good copy* yaitu memasok naskah informasi yang baik. Misalnya memberikan naskah yang baik, menarik perhatian, penggandaan gambar/foto, pembuatan teks gambar/foto dengan baik. Hal tersebut adalah menjadi kebutuhan

utama dalam sisi kekakuratan data melalui artikel dan pendokumentasian yang perlu dilakukan secara rutin.

4. *By cooperations in providing material* yaitu melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan informasi. Misalnya merancang wawancara pers dengan seseorang yang dibutuhkan pers ketika itu.

5. *By providing verification facilities* yaitu penyediaan fasilitas yang memadai. Menjalinkan kerja sama dengan media dapat dilakukan dengan memberikan fasilitas yang memadai. Dalam hal ini Hotel Ponty dapat mengadakan kerjasama dengan media dalam berbagai even sebagai penyedia sarana dan prasarana secara gratis, dengan harapan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

6. *By building personal relationship with the media* yaitu membangun hubungan secara personal dengan media. Dalam berbagai kesempatan pihak PR atau manajemen Hotel Ponty berupaya menjalin pertemanan dengan sejumlah wartawan, penulis/*bloger* sebagai upaya kerjasama yang baik dan berkesinambungan.

Konsep *media relations* yang ada pada Hotel Ponty saat ini masih belum maksimal, namun demi menciptakan citra yang baik di mata publik, maka perlu itikad baik dari pihak manajemen Hotel Ponty agar konsep *media relations* dapat terus dikembangkan. Karenanya sebuah *branding* Hotel Ponty menjadi sangat berharga manakala pengelola hotelnya mau berupaya mengoptimalkan peran *media relations*.

### Simpulan dan Rekomendasi

Media dan *Public Relations* adalah dua hal yang saling berhubungan dan saling membutuhkan. Karena untuk menciptakan *branding* perusahaan diperlukan peran *public relations* menjalin *media relations*, demi terwujudnya citra positif di masyarakat. *Media relations* adalah salah satu kebutuhan Hotel Ponty, agar bisa menjalin kerjasama dan menjalin hubungan yang baik dengan media massa. sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi.

### Daftar Pustaka

- Alim, A. L. (2016). Strategi Media Relations Hotel Grand Darmo Suite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas Di Media Massa. *Jurnal E-Komunikasi*, 4, 1-11.
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Iriantara, Yosol. (2008). *Media Relations, Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noviana, Nia. (2017). Skripsi "*Strategi Media Relations Hotel Lorin Solo Dalam Mempertahankan Citra*". Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Soemirat, Soleh & Ardiantoo, Elvinaro. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sholikhah, F. S. (2016). Strategi Media Relations PT . Telekomunikasi Indonesia , Tbk untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Komunikator*, 8(284), 93-112.