



**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI *EVENT ORGANIZER* PT. INTI GLOBAL 99
MALANG**

*The Role of Public Relations In Maintaining The
Existence of Event Organizer PT. Inti Global 99 Malang*

LAPORAN TUGAS AKHIR

Oleh

**Audina Aprillia Saputri
NIM. 150903102003**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**



**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI *EVENT ORGANIZER* PT. INTI GLOBAL 99
MALANG**

LAPORAN TUGAS AKHIR

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya
Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

**Audina Aprillia Saputri
NIM. 150903102003**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua saya Ibunda Umi Chalimah dan Ayahanda Edy Subagyo yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, kesabaran dan doanya selama ini;
2. Almamater tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

Hidup adalah seni tanpa penghapus

(John W. Gardner)



*) <https://www.kutipkata.com>

Diakses 10 Juli 2018 pukul 08.20 WIB

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Audina Aprillia Saputri

NIM : 150903102003

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang berjudul “Peranan *Public Relations* Dalam Mempertahankan Eksistensi *Event Organizer* PT. Inti Global 99 Malang” adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada intitusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya penekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari dinyatakan tidak benar.

Jember, 24 Juli 2018

Yang menyatakan,

Audina Aprillia Saputri
NIM 150903102003

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI *EVENT ORGANIZER PT.*
*INTI GLOBAL 99 MALANG***

Oleh :

Audina Aprillia Saputri
150903102003

Pembimbing

Dr. I Ketut Mastika, M.M
NIP 195905071989031000

PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir berjudul “Peranan *Public Relations* Dalam Mempertahankan Eksistensi PT. Inti Global 99 Malang” karya Audina Aprillia Saputri telah diuji dan disahkan pada :

Hari, tanggal : Selasa, 24 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

Ketua,

Rebecha Prananta, S.Si., M.Si.
NIP 198612032015042002

Sekretaris,

Anggota,

Dr. I Ketut Mastika, M.M
NIP 195905071989031002

Dra. Sri Wahjuni, M.Si
NIP 195664091987022001

Mengesahkan,
Dekan

Dr. Ardiyanto, M.Si
NIP 195808101987021002

RINGKASAN

Peranan *Public Relations* Dalam Mempertahankan Eksistensi PT. Inti Global 99 Malang; Audina Aprillia Saputri, 150903102003; 2018; 51 Halaman; Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan pada tanggal 05 Februari 2018 sampai tanggal 30 Juni 2018. Adapun tujuan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di PT. Inti Global 99 Malang adalah untuk dapat mengetahui peranan *public relations* dalam mempertahankan eksistensi perusahaan.

Public Relations atau yang biasa disingkat PR merupakan salah satu aspek penting di setiap perusahaan, baik milik pemerintah maupun swasta. PR muncul karena adanya tuntutan kebutuhan dari perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Kegiatan PR dalam suatu perusahaan sangat diperlukan agar dapat memajukan suatu perusahaan, terutama dalam hal komunikasi di perusahaan, *image*, dan identitas perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena bidang komunikasi dan PR kini menjadi salah satu ujung tombak sektor industri untuk bersaing dalam era globalisasi, mereka saling bersaing dalam menciptakan *image* yang positif bagi perusahaan.

Public Relations bekerja dengan melakukan kerjasama dengan relasi dan kepercayaan antara perusahaan dan lingkungannya, sehingga kebutuhan publik bisa terlayani dengan baik dan publik akan merasa puas sehingga mampu bersaing secara terus-menerus untuk mengadakan pembaharuan dan ini sangat penting untuk memberi citra baik perusahaannya, sekaligus menanamkan kepercayaan bagi publiknya. Jadi, *Public Relations* berfungsi untuk mengatur komunikasi dan informasi internal dan eksternal sehingga memperoleh *public support* dan *public acceptant* dari khalayak sasarnya.

Berkembangnya usaha *event organizer* telah menuntut perusahaan untuk memperhatikan pentingnya peran *Public Relations* dalam perusahaan. Banyaknya pihak yang bergerak di bisnis *event* ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan. Tingginya persaingan yang terjadi di dalam industri *MICE* menyebabkan setiap perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produk atau jasanya. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat merebut pangsa pasar pesaing dan

menjaga eksistensi perusahaannya. *Public Relations Officer* dalam usaha menjaga eksistensi perusahaan pada PT. Inti Global 99 ini adalah dengan melakukan peran sebagai :

1. Komunikator, komunikasi yang terjadi dalam kehidupan *Public Relations* terdapat dua jenis yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal;
2. Fasilitator, dengan cara memperluas jaringan dengan klien, bergabung dalam asosiasi dan komunitas-komunitas *event organizer* di Indonesia;
3. Informator, senantiasa meng-*update* informasi kepada karyawan mengenai kebijakan perusahaan, tugas masing-masing karyawan. Selain untuk menjaga eksistensi, *Public Relations* bertanggungjawab terhadap keberlanjutan perusahaan yang ditandai dengan dengan terciptanya kepercayaan publik;
4. *Good Image Maker*, yaitu melakukan *branding* dengan cara mengadakan pameran atau ikut serta dalam pameran-pameran yang diadakan oleh komunitas *Event Organizer*, dan melakukan strategi peluasan pemasaran atau penambahan klien baru dengan cara menjadi *sponsorship event*, biasanya di setiap *event* yang dikerjakan, pihak Global 99 menaruh logo dalam *event* tersebut.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata yang berjudul “Peranan *Public Relations* Dalam Mempertahankan Eksistensi PT.Inti Global 99 Malang”. Laporan Praktek Kerja Nyata ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan diploma (D3) pada jurusan Ilmu Administrasi Progam Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas jember.

Penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si., selaku Ketua Progam Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata;
4. Dr. I Ketut Mastika M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersabar memberikan arahan dan bimbingan selama penulisan tugas akhir juga bersedia meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan tugas akhir ini;
5. Rebecha Prananta, S.Si., M.Si., selaku dosen supervisi yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menjalankan PKN;
6. Drs. Suhartono, M.P., selaku Dosen Pembimbing Akademik;
7. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas jember, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswi di DIII Usaha Perjalanan Wisata. Semoga semua ilmu yang telah diberikan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya;

8. PT. Inti Global 99, khususnya *Event Departement* terimakasih telah bersedia memberikan kesempatan, bimbingan dan wawasan ilmu pengetahuan ketika penulis melaksanakan praktek kerja nyata;
9. Serta untuk pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir ini dan tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis menerima segala kritik dan saran membangun demi kesempurnaan Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, 24 Juli 2018

Penulis

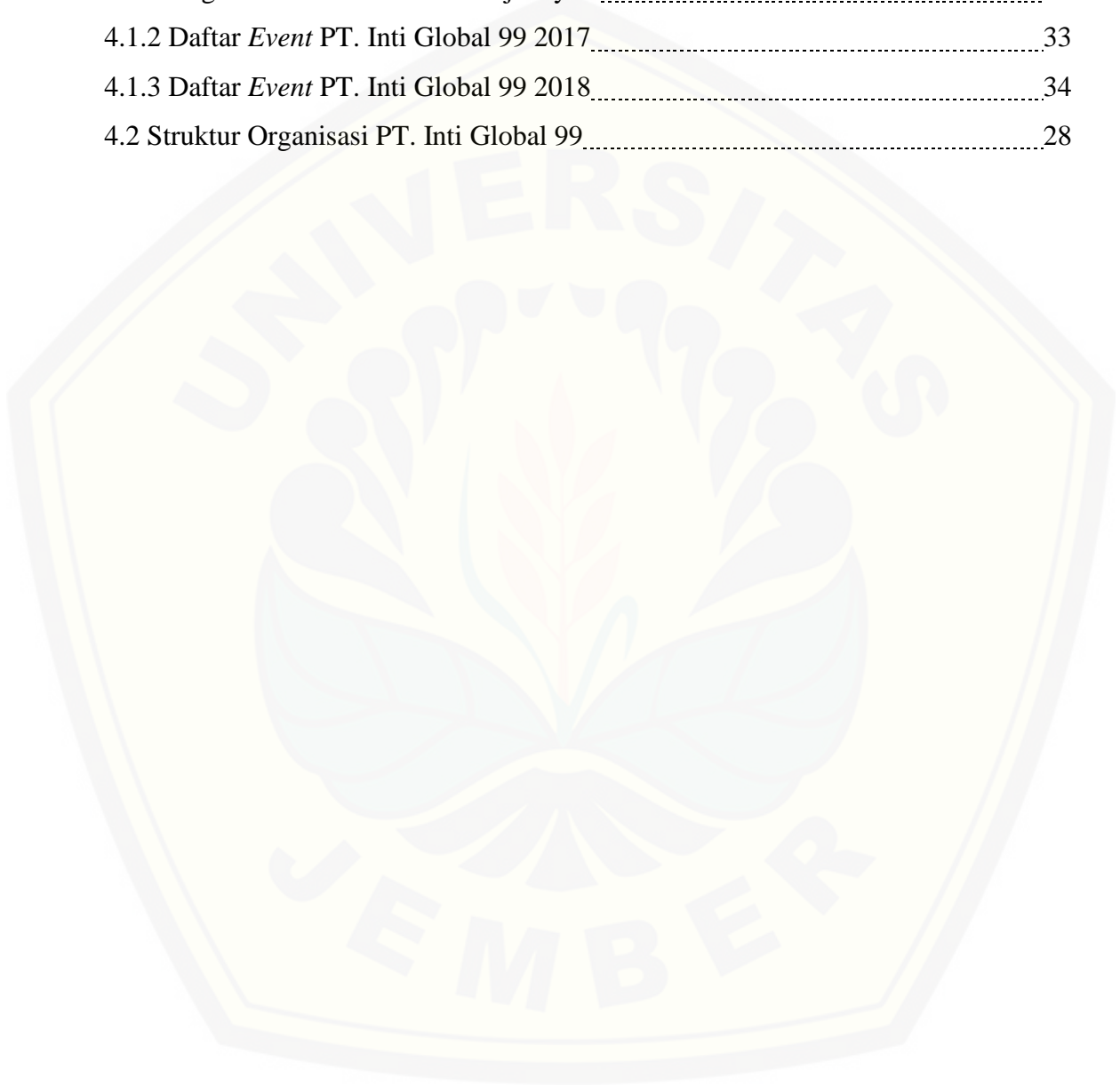
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata	3
1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Public Relations	5
2.1.1 Definsi <i>Public Relations</i>	5
2.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	5
2.1.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	7
2.1.4 Tugas <i>Public Relations</i>	8
2.2 Eksistensi	8
2.2.1 Definsi Eksistensi.....	8
2.2.2 Definsi Eksistensi Perusahaan.....	9
2.3 Public Relations dalam Perusahaan	10
2.3.1 <i>Public Relations</i> dan Perusahaan.....	10

2.3.2 Peranan <i>Public Relations</i> terhadap Eksistensi Perusahaan.....	11
BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN.....	12
3.1 Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	12
3.1.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	12
3.1.2 Lokasi Praktek Kerja Nyata.....	13
3.1.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	14
3.1.4 Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	14
3.1.5 Kegiatan Setelah Praktek Kerja Nyata.....	23
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.2.1 Jenis Data.....	23
3.2.2 Sumber Data.....	23
3.3 Metode Pengambilan Data.....	24
BAB 4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN.....	26
4.1 Informasi Umum PT. Inti Global 99.....	26
4.1.1 Visi dan Misi PT. Inti Global 99.....	26
4.1.2 Fasilitas yang Tersedia di PT. Inti Global 99.....	27
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	28
4.3 Peranan <i>Public Relations</i> dalam Mempertahankan Eksistensi Perusahaan.....	29
BAB 5. PENUTUP.....	38
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Hari dan Jam Kerja Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	14
3.1.4 Kegiatan Selama Praktek Kerja Nyata.....	15
4.1.2 Daftar <i>Event</i> PT. Inti Global 99 2017.....	33
4.1.3 Daftar <i>Event</i> PT. Inti Global 99 2018.....	34
4.2 Struktur Organisasi PT. Inti Global 99.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Surat Permohonan Tempat Magang.....	42
2. Surat Penerimaan Tempat Magang.....	43
3. Surat Tugas Melaksanakan Praktek Kerja Nyata.....	44
4. Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata.....	45
5. Logo Global 99 <i>Management</i>	46
6. <i>Website</i> Global 99 <i>Management</i>	46
7. Instagram Global <i>Event</i> 99 dan <i>Wedding</i> 99 <i>Management</i>	47
8. Facebook Global <i>Event</i> 99 <i>Management</i>	47
9. Instagram Global <i>Adventure</i> 99 <i>Management</i>	48
10. Kantor Global 99 <i>Management</i>	48
11. Ruang Admin dan <i>Marketing</i>	49
12. Ruang Direktur.....	49
13. Ruang <i>Finance Manager</i>	50
14. Ruang <i>Event Department</i>	50
15. Ruang <i>Design Graphic</i>	51

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara.

Perkembangan pariwisata di Indonesia sekarang ini semakin pesat, karena perkembangan sektor pariwisata ini menjanjikan dan memberikan manfaat kepada banyak pihak dari pemerintah, masyarakat maupun swasta. Semakin pesatnya perkembangan dunia pariwisata di dunia termasuk Indonesia membuat negara-negara terus menerus meningkatkan kapasitas mereka dalam bidang pariwisata. Melihat persaingan yang begitu ketat maka muncullah berbagai terobosan baru dalam bidang pariwisata. salah satunya adalah MICE.

MICE merupakan singkatan dari (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) yaitu sektor pariwisata yang saat ini menjadi salah satu industri besar di dunia. Perkembangan bisnis MICE merupakan bagian dari industri masa kini yang telah memberikan banyak ragam terhadap jenis kegiatan pariwisata yang identik dengan pemberian pelayanan (*service*). Wisata MICE mempunyai dampak *multiplier effect* yang sangat besar karena dapat menambah pendapatan ekonomi dan menggerakkan sektor industri lain yang terkait dengan wisata MICE tersebut. Bersamaan dengan meningkatnya wisata MICE, berkembang juga jasa penyelenggara acara yaitu *event planner* yang lebih dikenal dengan *event organizer* (EO) dan *event management*.

Event Organizer (EO) adalah istilah untuk penyedia jasa professional penyelenggaraan acara yang secara sah ditunjuk oleh kliennya, guna mengorganisasikan seluruh rangkaian acara, mulai dari perencanaan, persiapan,

eksekusi hingga evaluasi, dalam rangka membantu mewujudkan tujuan yang diharapkan *client* dalam membuat acara. Pada dasarnya, tugas dari EO adalah membantu kliennya untuk dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan. Bisa jadi hal ini karena keterbatasan sumber daya atau waktu yang dimiliki klien, namun penggunaan jasa EO juga dimungkinkan dengan alasan agar penyelenggaraannya profesional sehingga hasilnya lebih bagus dari pada bila dikerjakan sendiri.

Public Relations atau yang biasa disingkat PR merupakan salah satu aspek penting di setiap perusahaan, baik milik pemerintah maupun swasta. PR muncul karena adanya tuntutan kebutuhan dari perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Kebanyakan perusahaan kini mengakui peranan PR cukup menonjol dalam kegiatan-kegiatan perusahaan. Kegiatan PR dalam suatu perusahaan sangat diperlukan agar dapat memajukan suatu perusahaan, terutama dalam hal komunikasi di perusahaan, gambaran atau *image*, dan identitas perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena bidang komunikasi dan PR kini menjadi salah satu ujung tombak sektor industri untuk bersaing dalam era globalisasi, mereka saling bersaing dalam menciptakan *image* yang positif bagi perusahaan.

Melihat kondisi yang sangat kompetitif saat ini, maka bidang PR berupaya merebut dukungan publik melalui kegiatan yang dilakukannya agar perusahaan mereka tetap mampu bersaing dan berkembang terus. PR harus mampu menghadapi persaingan untuk meningkatkan eksistensi perusahaan. Peranan PR dalam suatu perusahaan yaitu untuk mencegah adanya kemunduran perusahaan. Melihat banyaknya pihak yang bergerak di bisnis *event organizer* ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan. Tingginya persaingan yang terjadi di dalam industri MICE menyebabkan setiap perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produk atau jasanya. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat merebut pangsa pasar pesaing dan menjaga eksistensi perusahaannya.

Global 99 merupakan perusahaan jasa *event organizer* di kota Malang Provinsi Jawa Timur. Dahulu, Global 99 merupakan anak perusahaan dari CV. *Greenline 99* yang merupakan perusahaan *advertising*. Kini Global 99 telah berdiri sendiri menjadi

sebuah perusahaan Perseroan Terbatas di bidang jasa *event organizer*. Perusahaan jasa *event organizer* ini memiliki beberapa program layanan dalam bidang MICE antara lain pelayanan penyelenggaraan pernikahan, pengadaan rapat bagi perusahaan, *launching product*, *gathering*, pameran, insentif untuk karyawan, dan konferensi besar. Perusahaan ini terus berkembang dan diketahui setiap tahunnya telah banyak acara yang dikelolanya. Untuk dapat menjaga eksistensi perusahaan jasa *event organizer* diperlukan beberapa aspek untuk menjaga hubungan baik dengan publik, *vendor* dan klien. Klien yang telah bekerjasama dengan pihak Global 99 Malang terdapat dari berbagai kota seperti Malang, Surabaya, Jakarta, Yogyakarta, Magetan, Denpasar dan lain sebagainya. Selain itu Global 99 sendiri juga sudah tergabung dalam beberapa asosiasi dan komunitas ternama di Indonesia yaitu sebagai berikut AELI (Asosiasi *Experiential Learning* Indonesia), ASPERAPI (Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia) dan juga tergabung dalam komunitas IPOS (Indonesia *Professional Organizer Society*). Oleh sebab itu, penulis terinspirasi untuk membuat judul tugas akhir yang berjudul “Peranan *Public Relations* Dalam Mempertahankan Eksistensi Perusahaan Jasa *Event Organizer* Global 99 Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun Tugas Akhir yang sekaligus berisi laporan praktek kerja nyata ini memiliki rumusan masalah, yaitu “Bagaimana peranan *public relations* dalam mempertahankan eksistensi *event organizer* PT. Inti Global 99 Malang?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini memiliki tujuan, yaitu untuk mengetahui peranan *public relations* dalam mempertahankan eksistensi *event organizer* PT. Inti Global 99 Malang.

1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini memiliki beberapa manfaat, diantaranya adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai bidang *Public Relations* dan peranannya dalam menjaga eksistensi perusahaan.
2. Bagi *Public Relations* perusahaan, penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan evaluasi atas kinerja yang telah dilakukan agar dapat meningkatkan prestasi kerja.
3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan perusahaan sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin meningkat.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai *Public Relations* dan menjadi literatur bagi pembaca yang ingin mengadakan penelitian di bidang *Public Relations*.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Public Relations*

2.1.1 Definisi *Public Relations*

Public relations adalah usaha yang terencana dan berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik serta saling pengertian antara sebuah organisasi dan publiknya (Gregory, 2004). *The British Institute Public Relations* mendefinisikan “*Public Relations practice is deliberate, planned, and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public*” (Praktik *Public Relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dengan publiknya).

Greener (2002) menyatakan *public relations* merupakan presentasi positif suatu organisasi kepada keseluruhan publiknya. Keberadaan *public relations* diperlukan dalam suatu perusahaan untuk menciptakan reputasi perusahaan, mempertinggi nama baik perusahaan, dan menyelenggarakan kampanye untuk mencapai tujuan tertentu. Terdapat tiga aturan utama dalam pengertian *public relations*, yaitu menjelaskan, menyatakan, dan meyakinkan.

Menurut Ruslan (2006) *Public Relations* merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisir secara langsung ditujukan kepada khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu dengan metode tertentu. Secara tidak langsung, citra atau *image* sendiri merupakan tujuan atau garis akhir dari suatu aktivitas program kerja *Public Relations*.

2.1.2 Fungsi *Public Relations*

Keberadaan badan *Public Relations* didalam perusahaan sangat penting. Urusan kerja yang ditangani *Public Relations* juga sangat fundamental, terkait nama baik dan perkembangan perusahaan. Oleh sebab itu, *Public Relations* sudah selayaknya memahami fungsi dan tujuan secara ideal. Ada beragam pandangan ahli mengenai

fungsi *Public Relations* dalam perusahaan. Fungsi petugas *Public Relations* pun berkembang seiring kemajuan dunia usaha. Terdapat empat fungsi utama yang dituntut dari petugas PR (Ruslan 2008) yaitu sebagai berikut:

1. *Communicator*

Sebagai juru bicara organisasi, *Public Relations* berkomunikasi secara intensif melalui media dan kelompok masyarakat. Hampir semua teknik komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) dipergunakan, komunikasi lisan, komunikasi tatap muka sebagai mediator maupun persuasiver.

2. *Relationship*

Kemampuan *Public Relations* membangun hubungan positif antara lembaga yang diwakilinya dan publik internal maupun eksternal. *Relationship* yang tidak harmonis beresiko menimbulkan ketidakpuasan publik yang pada akhirnya mengancam kelangsungan bisnis perusahaan. Selain itu, *relationship* juga berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan.

3. *Backup Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan departemen lain dalam perusahaan seperti bagian pemasaran, operasional, teknik, keuangan, dan personalia demi terciptanya tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan atau organisasi.

4. *Good Image Maker*

Menciptakan citra perusahaan dan publisitas positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra organisasi atau perusahaan.

2.1.3 Tujuan *Public Relations*

Public Relations merupakan bagian dari organisasi yang bertujuan untuk menjaga dan membina hubungan baik antara instansi dengan masyarakat umum atau publik beserta dengan konsumennya. *Public Relations* juga menjaga hubungan baik internal perusahaan, yaitu mencoba menjaga hubungan baik antara semua pegawai kerja dan karyawan baik dari top manajemen hingga pegawai dengan status pangkat paling rendah di perusahaan tersebut.

Tujuan *Public Relations* menurut Djaja (1985), adalah sebagai berikut :

Tujuan internal *Public Relations*:

1. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap, tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan, terutama ditujukan kepada kebijaksanaan perusahaan yang sedang dijalankan;
2. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak melupakan kepentingan publik;
3. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut kepada berbagai aktivitas rutin perusahaan;
4. Menjelaskan tentang perkembangan perusahaan tersebut dan merencanakan bagi penyusunan suatu *staff* yang efektif bagi penugasan kegiatan yang bersifat internal PR dalam perusahaan tersebut.

Tujuan eksternal *Public Relations* adalah :

1. Untuk mendapatkan dukungan dari publik. Dukungan publik disini dibatasi pada pengertian memperluas langganan atau pemasaran;
2. Memperkenalkan sesuatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas yaitu mencari dan mengembangkan modal;
3. Memperbaiki citra perusahaan terhadap pendapat masyarakat luas, guna mendapatkan opini publik yang positif.

2.1.4 Tugas *Public Relations*

Menurut Suhandang (2004), inti tugas *public relations* adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik.

Menurut Rumanti (2002) terdapat lima pokok tugas tugas *public relations* sehari-hari adalah :

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang tujuan serta kegiatan perusahaan;
2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat;
3. Memperbaiki citra organisasi. Hal ini disebabkan karena citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, dan mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol dan dievaluasi;
4. Tanggungjawab sosial terhadap semua kelompok yang ada hubungannya dan memerlukan informasi;
5. Komunikasi timbal balik Komunikasi merupakan sesuatu yang penting bagi *public relations*, karena dalam melaksanakan fungsi dan tugasnya, *public relations* berpusat pada komunikasi.

2.2 Eksistensi

2.2.1 Definisi Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang memiliki arti muncul, ada, timbul dan berada. Hal ini kemudian melahirkan empat penjelasan baru tentang eksistensi, antara lain yaitu

eksistensi adalah apa yang ada, eksistensi adalah apa yang memiliki, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dengan penekanan bahwa sesuatu itu ada dan eksistensi adalah kesempurnaan. Dengan hal ini, penulis menyimpulkan bahwa eksistensi adalah keadaan yang hidup atau menjadi nyata.

Sementara itu, seorang ahli filsafat atau filsuf bernama Karl Jaspers memaknai eksistensi sebagai pemikiran manusia yang memanfaatkan dan mengatasi seluruh pengetahuan objektif. Berdasarkan pemikiran tersebut, manusia dapat menjadi dirinya sendiri dan menunjukkan bahwa dirinya adalah makhluk eksistensi. Selain itu, Jaspers juga menjelaskan tentang penerangan eksistensi yang dikemukakannya, yaitu:

1. Eksistensi selalu memiliki hubungan dengan transedensi;
2. Eksistensi merupakan filsafat yang menghayati dan menghidupi kebenaran;
3. Eksistensi seorang manusia dapat dibuktikan oleh cara berpikir dan tindakannya.

2.2.2 Definisi Eksistensi Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1991) dinyatakan definisi eksistensi adalah adanya keberadaan. Menunjukkan suatu hal yang diakui sehingga menciptakan pengakuan atas keberadaan sesuatu, dalam hal ini adalah perusahaan. Keberadaan yang dimaksud adalah ketika perusahaan dapat menjalankan usahanya, meningkatkan manajemen perusahaan, dan mampu melaksanakan kewajibannya. Eksistensi sebuah organisasi sangat ditentukan dari kemampuannya menjaga dan meningkatkan pertumbuhan bisnis.

Fondasi untuk mendapatkan pengakuan terhadap keberadaan perusahaan adalah kemandirian, etika, reputasi, profesionalitas, kepercayaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik akan memudahkan perusahaan diterima oleh publiknya, penerimaan yang baik secara berkelanjutan akan menciptakan pengakuan atas keberadaan perusahaan.

Etika perusahaan adalah perilaku profesional perusahaan yang benar sesuai dengan nilai moral yang diterima secara umum sebagai norma di masyarakat. Setiap tindakan dari perusahaan diarahkan untuk membentuk sesuatu yang terbaik bagi

publiknya tidak semata-mata untuk memperoleh keuntungan. Jika perusahaan dapat menerapkan etika perusahaan dengan menjunjung profesionalitas, maka akan memberikan kepercayaan pada publiknya. Kepercayaan akan menciptakan pengakuan terhadap perusahaan.

2.3 Public Relations dalam Perusahaan

2.3.1 Public Relations dan Perusahaan

Kegiatan *public relations* dalam perusahaan pada hakikatnya merupakan bagian dari kegiatan berkomunikasi dengan ciri khas komunikasi dua arah antara perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya atau sebaliknya. Setelah melakukan kegiatan komunikasi tersebut, pihak *public relations* menganalisa untuk mengetahui efeknya atau *feed back*, apakah berdampak baik atau sebaliknya menjadi negatif sehingga kurang menguntungkan posisi perusahaan di mata publiknya..

Soemirat dan Ardianto (2005) mengatakan para profesional *Public Relations* juga menjadi manajer sistem, memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan transaksi dengan menjalin berbagai hubungan yang bersifat kompleks (rumit) dan penting dalam organisasi perusahaan, yakni :

1. *Public Relations* harus memikirkan hubungan perusahaan terhadap lingkungannya sendiri;
2. *Public Relations* harus bekerja sesuai peraturan perusahaan untuk mengembangkan pemecahan yang inovatif terhadap berbagai permasalahan perusahaan;
3. *Public Relations* harus berpikir strategis. Solusinya harus menjawab kebutuhan nyata perusahaan;
4. Para *Public Relations* manajer harus memiliki kemampuan mengukur hasil yang sudah diperoleh.

2.3.2 Peranan *Public Relations* terhadap Eksistensi Perusahaan

Public Relations mempunyai peranan penting dalam menangani masalah krisis perusahaan mengingat masa krisis dapat berdampak negatif terhadap citra perusahaan. Menurut William P. Nickons yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto (2005) mengatakan pentingnya penjagaan citra organisasi menjadi tanggung jawab *Public Relations*, pencitraan yang baik ini dapat memberikan dampak yang baik juga untuk keberlanjutan perusahaan. Aktivitas *Public Relations* sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara perusahaan dengan pihak publik demi kemajuan perusahaan atau pembentukkan citra positif. Jadi, dapat dikatakan kegiatan *Public Relations* tersebut erat hubungannya dengan pembentukkan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.

Menurut Ruslan (2005) dikatakan peranan utama seorang *Public Relations* adalah :

1. Sebagai komunikator atau penghubung antara perusahaan dengan publiknya;
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publiknya;
3. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen perusahaan;
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.1.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata merupakan mata kuliah wajib Program studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember yang harus ditempuh setiap mahasiswa Diploma III Usaha Perjalanan Wisata guna menyusun laporan Praktek Kerja Nyata sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md), khususnya di bidang Usaha Perjalanan Wisata. Dengan adanya persyaratan tersebut, maka mahasiswa di akhir semester wajib melaksanakan Praktek Kerja Nyata atau Magang, apabila mahasiswa telah menyelesaikan minimal 100 SKS dari jumlah total 114 SKS yang harus diselesaikan.

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata dapat dilaksanakan di instansi pemerintahan, perusahaan milik Negara maupun perusahaan milik swasta dengan syarat adanya persetujuan dari instansi yang bersangkutan. Praktek Kerja Nyata dilaksanakan sesuai dengan kurikulum dan program yang telah ditentukan oleh Ketua Program Studi dan Ketua Jurusan. Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mempraktekkan teori yang sudah didapat mahasiswa di bangku kuliah sehingga mengetahui dengan benar fungsi dan kegunaan teori yang dipelajari dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Praktek Kerja Nyata yang dilaksanakan penulis, melalui beberapa tahapan antara lain sebagai berikut:

1) Pemrograman;

setiap mahasiswa, sebelum melaksanakan Praktek Kerja Nyata, diwajibkan melakukan pemrograman Kartu Rencana Studi (KRS) mata kuliah yang akan ditempuh yaitu Praktek Kerja Nyata dan Laporan Hasil Praktek Kerja Nyata.

2) Pembekalan;

tahapan awal Praktek Kerja Nyata, mahasiswa harus mengikuti pembekalan yang diberikan oleh pihak Program Studi yaitu pengarahan mengenai prosedur Praktek

Kerja Nyata dan hal - hal lain yang berkaitan dengan Praktek Kerja Nyata. Pembekalan ini wajib diikuti oleh mahasiswa yang akan melaksanakan Praktek Kerja Nyata.

- 3) Penentuan lokasi Praktek Kerja Nyata;
mahasiswa yang memenuhi persyaratan untuk mengikuti Praktek Kerja Nyata diberi kesempatan untuk menentukan sendiri tempat atau lokasi Praktek Kerja Nyata yaitu antara lain Instansi Pemerintahan, BUMN, BUMS, BUMD, dan Koperasi. Dalam melaksanakan Kegiatan Praktek Kerja Nyata, Mahasiswa diwajibkan memenuhi syarat - syarat yang telah ditentukan. Kemudian mahasiswa melakukan survei ke lokasi Praktek Kerja Nyata.
- 4) Observasi;
observasi lokasi dilaksanakan untuk mengetahui tempat pelaksanaan Praktek Kerja Nyata sebelum memberikan proposal dan surat pengantar kepada instansi, apabila instansi bersedia menerima mahasiswa magang, maka selanjutnya memberikan proposal dan atau surat pengantar permohonan magang dari fakultas kepada instansi.
- 5) Surat balasan;
surat balasan diterima dari instansi yang menyatakan bahwa instansi menerima mahasiswa untuk magang dan surat tersebut diberikan kepada pihak fakultas di bagian Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata.
- 6) Melaksanakan Praktek Kerja Nyata pada instansi atau perusahaan yang dimaksud.

3.1.2 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Tempat pelaksanaan Praktek Kerja Nyata yang dilakukan penulis adalah di PT. Inti Global 99 Malang yang beralamat di Ruko Tumenggung Suryo 11D, Malang, Jawa Timur – Indonesia. Lokasinya yang sangat strategis berada di pusat kota dan jalan utama yang menghubungkan beberapa kawasan sehingga membuat PT. Inti Global99 Malang mudah dijangkau dan mendapatkan *client*. PT. Inti Global99

Malang merupakan salah satu *event organizer* yang *professional* dan memiliki beberapa *project* yang ditangani oleh divisi *event organizer* antara lain :

1. *Event* : *Gathering, activity, meeting, exhibition, wedding, outbound, agenc;*
2. *Tour and Travel* : Paket wisata, *study tour*, paket *honeymoon* dan wisata religi;
3. *Ticketing* : *Airline ticketing, railway ticket, ship* dan *tour ticket*;
4. *Hotel Booking* : *Hotel, guest house, cottage, villa* dan *restaurant*;
5. *Transportasi* : *Bus, rent car, elf* dan *shuttle*.

3.1.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata (PKN) di PT. Inti Global99 yang berlangsung selama 5 (lima) bulan dimulai dari tanggal 5 Februari 2018 sampai dengan tanggal 30 Juni 2018. Adapun hari efektif Praktek Kerja Nyata pada PT. Inti Global99 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Hari dan Jam Kerja Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
(a)	(b)	(c)
Senin – Jumat	08.00 – 16.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
Sabtu	08.00 – 13.00 WIB	-
Minggu	Libur	Libur

3.1.4 Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Kegiatan praktek kerja nyata ini dilakukan di PT. Inti Global 99 Malang dengan enam hari kerja dan satu hari libur tiap minggunya. Hari libur PT. Inti Global 99 yaitu pada hari Minggu dan hari libur Nasional lainnya. Jam kerja hari Senin-Jumat dimulai pada pukul 08.00 – 16.00 WIB dan pada hari Sabtu dimulai pada pukul 08.00 – 13.00 WIB. Kegiatan yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktek kerja nyata selama lima bulan di PT. Inti Global 99 adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1.4 Kegiatan Selama Praktek Kerja Nyata

Tanggal	Kegiatan	Penanggung Jawab
(a)	(b)	(c)
5 Februari - 12 Februari 2018	a. Pengenalan kepada karyawan atau <i>staff</i> devisi komersil di PT. Inti Global 99	a. Yulia Rahman
	b. Membuat konsep <i>Rustic Wedding Outdoor</i>	b. Gagah Adi Negoro
	c. Membuat konsep <i>event</i> “ <i>Beach Colour Run</i> ”	c. Gagah Adi Negoro
13 Februari - 14 Februari 2018	a. Membuat <i>list MC wedding</i> yang ada di Malang	a. Gagah Adi Negoro
	b. Menghubungi via telepon beberapa <i>agent</i> bus yang ada di Malang mengenai harga bus untuk <i>Tour</i>	b. Eko Febrio Hariadi
15 Februari 2018	a. Survei gedung VEDC Malang untuk <i>vendor event wedding</i>	a. Gagah Adi Negoro
	b. Survei Tinara Bridal <i>Boutique & salon</i> untuk rias pengantin <i>event wedding</i>	b. Gagah Adi Negoro
18 Februari - 19 Februari 2018	a. Membuat <i>itinerary tour</i> , konsep dan proposal Malang – Jogjakarta	a. Yulia Rahman
20 Februari - 22 Februari 2018	a. Membantu membuat paket wisata di Malang dan Batu	a. Eko Febrio Hariadi

(a)	(b)	(c)
23 Februari 2018	a. Membuat <i>job desk</i> untuk beberapa pelaksanaan <i>event</i> meliputi tugas-tugas tiap <i>team</i> dalam pelaksanaan <i>event</i>	a. Yulia Rahman
26 Februari - 3 Maret 2018	a. Membuat konsep untuk <i>event</i> “ <i>Silver Wedding</i> ” b. Membuat proposal untuk <i>event</i> “ <i>Silver Wedding</i> ” c. Membuat <i>list souvenir wedding</i> yang ada di Malang d. Merekap beberapa villa dan hotel yang ada di Batu untuk pilihan <i>vendor event</i> “ <i>Silver Wedding</i> ” kepada klien e. Membuat Konsep dan proposal ulang tahun anak-anak sebanyak 5 tema yaitu <i>Frozen, Unicorn, Superman, Mickey Mouse, dan Pirate</i>	a. Gagah Adi Negoro b. Gagah Adi Negoro c. Gagah Adi Negoro d. Gagah Adi Negoro e. Gagah Adi Negoro
5 Maret 2018	a. <i>Survey villa</i> di Batu untuk <i>event</i> “ <i>Silver Wedding</i> ” b. Memperbaiki proposal <i>event</i> “ <i>Silver Wedding</i> ” untuk dikirim ke klien	a. Gagah Adi Negoro b. Gagah Adi Negoro
13 Maret - 15 Maret 2018	a. Membuat <i>itinerary</i> , menyusun data <i>booking</i> dan menginap <i>tour</i> Malang - Batu - Bromo	a. Eko Febrio Hariadi

(a)	(b)	(c)
16 Maret 2018	a. Melakukan pelunasan gedung Sasana Krida di Graha Cakrawala Universitas Negeri Malang untuk <i>event wedding</i> Julia & Nano pada 1 April 2018	a. Gagah Adi Negoro
20 Maret 2018	a. Melakukan pembayaran gedung aula Skodam V Brawijaya Malang untuk <i>event wedding</i> b. Merekap beberapa <i>souvenir</i> pernikahan unik yang ada di Malang untuk pilihan <i>souvenir</i> dalam <i>event Wedding Expo</i> di MOG Mall Malang c. <i>Meeting all vendor wedding</i> Julia & Nano dirumah klien Sawojajar, Malang	a. Gagah Adi Negoro b. Gagah Adi Negoro c. Ananta Wikrama
21 Maret 2018	a. Membantu persiapan kebutuhan untuk <i>event</i> “Corpus” di KDS Resto Araya Malang b. Ikut serta dan menjadi <i>runner</i> dalam <i>event</i> “Corpus” di KDS Resto Araya Malang	a. Yulia Rahman b. Yulia Rahman
22 - 23 Maret 2018	a. Membuat QUO penawaran <i>budget</i> untuk <i>Tour</i> Malang - Bromo kepada <i>client</i> b. Membuat proposal <i>Tour</i> Malang – Bromo	a. Eko Febrio Hariadi b. Ananta Wikrama

(a)	(b)	(c)
24 Maret 2018	a. Membantu persiapan kebutuhan untuk <i>event</i> “Otsuka” di hotel Shangri-La Surabaya	a. Eko Febrio Hariadi
26 Maret 2018	a. Menyewa <i>stage</i> di Graha Cakrawala untuk penampilan Band dalam <i>event wedding</i> Julia & Nano 1 April 2018 di gedung Sasana Krida Universitas Negeri Malang	a. Gagah Adi Negoro
31 Maret 2018	a. Ikut serta dalam <i>event city tour</i> Erwin Grup rombongan dari Jakarta dengan <i>job desk</i> sebagai runner yakni membantu segala kebutuhan dalam jalannya <i>event</i>	a. Eko Febrio Hariadi
1 April 2018	a. Ikut serta dalam <i>event wedding</i> Julia & Nano di gedung Sasana Krida Universitas Negeri Malang sebagai devisi konsumsi yaitu memantau segala sesuatu kebutuhan mengenai konsumsi	a. Gagah Adi Negoro
2 April 2018	a. <i>Meeting all vendor wedding</i> Fianti & Anjar di Ria De Jenaka Malang. Baik dari pihak <i>catering</i> maupun Rias Pengantin dll	a. Ananta Wikrama
	b. Membuat <i>check list wedding</i> Fianti dan Anjar	b. Gagah Adi Negoro

(a)	(b)	(c)
3 April – 6 April 2018	a. Membantu kebutuhan <i>wedding</i> Fianti & Anjar yaitu mempersiapkan <i>list</i> tamu VIP dan <i>list</i> foto keluarga b. Membantu persiapan <i>event Wedding</i> Fianti dan Anjar di Ballroom Savana Hotel Malang	a. Ananta Wikrama b. Gagah Adi Negoro
7 April 2018	a. Ikut serta dalam <i>event Wedding</i> Fianti dan Anjar di Ballroom Savana Hotel Malang dengan <i>jobdisk</i> sebagai devisa konsumsi yaitu bertugas memantau segala sesuatu kebutuhan mengenai konsumsi	a. Gagah Adi Negoro
9 April – 14 April 2018	a. Evaluasi event wedding tanggal 1 & 7 April 2018 b. Membuat hasil rekap pengeluaran operasional event wedding tanggal 7 April	a. Ananta Wikrama b. Gagah Adi Negoro
16 April – 21 April 2018	a. Membuat proposal tour Banyuwangi 3 hari 2 Malam untuk 600 pax b. Menyusun rundown tour Banyuwangi 3 hari 2 Malam	a. Yulia Rahman b. Yulia Rahman
22 April – 23 April 2018	a. <i>Checklist</i> kiriman dari Nestle Kejayan dan <i>briefing</i> untuk <i>event</i> Nestle GDA 2018	a. Yulia Rahman

(a)	(b)	(c)
24 April 2018	a. Membantu persiapan <i>event</i> Nestle <i>Golden Dairy Award</i> di <i>ballroom</i> Singhasari Resort Batu	a. Yulia Rahman
25 April 2018	a. Ikut serta dalam <i>event</i> Nestle <i>Golden Dairy Award</i> di <i>ballroom</i> Singhasari Resort Batu dengan <i>jobdisk</i> sebagai <i>sie</i> logistik yaitu mempersiapkan segala kebutuhan logistik <i>crew</i> baik saat acara maupun saat <i>loading</i> .	a. Yulia Rahman
26 April – 28 April 2018	a. Evaluasi <i>event</i> Nestle <i>Golden Dairy Award</i> b. Membuat hasil rekap pengeluaran operasional <i>event</i> Nestle <i>Golden Dairy Award</i> pada tanggal 25 April	a. Yulia Rahman b. Yulia Rahman
30 April – 5 Mei 2018	a. Persiapan <i>event</i> PWI di balai kota Malang b. Survey venue & meeting dengan JPpro Bali c. Running <i>event</i> PWI di Balai kota Malang	a. Gagah Adi Negoro b. Gagah Adi Negoro c. Gagah Adi Negoro
7 Mei – 10 Mei 2018	a. Membuat hasil rekap pengeluaran oprasinal selama <i>loading</i> dan <i>running event</i> PWI di Balai Kota Malang	a. Gagah Adi Negoro

(a)	(b)	(c)
11 Mei – 14 Mei 2018	a. Survey <i>Restaurant</i> untuk membuat paket Buka bersama b. Menyusun data <i>restaurant</i> di Malang	a. Gagah Adi Negoro b. Gagah Adi Negoro
15 Mei – 31 Mei 2018	a. Membuat Proposal <i>Gathering</i> PT. Silicas Indonesia di Wisata Bahari Lamongan b. Membuat konsep <i>gathering</i> c. Menghubungi beberapa tempat wisata, tempat makan, dan hotel di Lamongan d. Membuat desain <i>T-shirt</i> , <i>totebag</i> , logo kegiatan, <i>photobooth</i> untuk <i>event gathering</i> e. Membuat konsep gala dinner untuk <i>event gathering</i>	a. Yulia Rahman b. Yulia Rahman c. Yulia Rahman d. Yulia Rahman e. Yulia Rahman
1 Juni – 3 Juni 2018	a. Membuat konsep dan proposal kegiatan Dempo reuni selama 3 hari	a. Gagah Adi Negoro
4 Juni – 8 Juni 2018	3 <i>Meeting wedding</i> dan mempersiapkan kebutuhan untuk <i>wedding</i> Dini & Lutfi	a. Gagah Adi Negoro
9 Juni 2018	a. Evaluasi halal bi halal seluruh karyawan PT. Inti Global 99 selama satu semester awal tahun 2018	a. M. syafari Hanafie

(a)	(b)	(c)
20 Juni – 21 Juni 2018	a. Membuat <i>check list</i> dan mempersiapkan segala kebutuhan <i>wedding</i> Dini & Lutfi	b. Gagah Adi Negoro
22 Juni 2018	a. Membantu dalam <i>loading wedding</i> Dini & Lutfi	a. Gagah Adi Negoro
23 Juni 2018	a. Ikut serta dalam <i>event wedding</i> Dini & Lutfi di Gedung Sasana Asih Malang. Dalam <i>event</i> ini berkontribusi sebagai PIC buku tamu yakni bertanggung jawab atas daftar tamu yang datang dan menjadi <i>checker</i> tamu untuk dijadikan acuan jumlah <i>souvenir</i> , konsumsi atau <i>catering</i> yang sudah keluar	a. Ananta Wikrama
25 Juni – 28 Juni 2018	a. Membuat hasil rekap pengeluaran operasinal <i>wedding</i> Dini & Lutfi b. <i>Survey venue</i> untuk <i>wedding</i> Lutfi dan Firman c. <i>Survey souvenir</i> untuk <i>wedding</i> Lutfi dan Firman	a. Rilla Manda b. Gagah Adi Negoro c. Gagah Adi Negoro
29 Juni 2018	a. <i>Meeting</i> di rumah CMP dalam mempersiapkan <i>wedding</i> Lutfi dan Firman	a. Gagah Adi Negara
30 Juni	a. Evaluasi <i>wedding</i> Dini & Lutfi b. Praktek Kerja Nyata Selesai	a. Ananta Wikrama

3.1.5 Kegiatan Setelah Praktek Kerja Nyata

Penulis melakukan bimbingan setelah kegiatan Praktek Kerja Nyata berjalan minimal 2 bulan. Hal tersebut bertujuan untuk memaksimalkan dalam penentuan topik yang akan dibahas dan dapat menguasainya. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh penulis setelah melaksanakan Kegiatan Praktek Kerja Nyata (PKN) adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan judul Laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dan meminta bimbingan kepada Dosen pembimbing terhadap judul yang telah ditentukan;
- b. Meminta blangko judul ke bagian akademik untuk selanjutnya menulis judul yang telah ditentukan dan disetujui oleh dosen pembimbing akademik;
- c. Meminta surat tugas bimbingan untuk membuat laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ke akademik;
- d. Membuat laporan Praktek Kerja Nyata (PKN).

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang mencakup hampir semua data *non-numeric*, data ini dapat menggunakan kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati. Data kuantitatif adalah data yang dapat diinput ke dalam skala yang berupa *numeric*. Data kuantitatif adalah data yang dapat diinput ke dalam skala yang berupa *numeric*. Data pada pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini berupa hasil wawancara penulis dengan staff, manager, dan seluruh karyawan yang ada di divisi *event organizer* PT. Inti Global99 Malang.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini adalah sebagai berikut :

Sumber data dapat dibedakan menjadi dua yaitu Sumber Data Primer dan Sumber Data Sekunder. Sumber data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa *interview*, observasi. Sedangkan Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari pihak lain berupa data olahan yang memperkuat data primer. Sumber data sekunder seperti artikel, internet, jurnal, dan lain-lain.

Dalam laporan ini penulis menggunakan kedua sumber data tersebut. Data primer dalam laporan ini terkait dengan proses dan prosedur sebelum menyelenggarakan sebuah *event* serta langkah-langkah yang harus dilakukan agar nantinya *event* dapat berjalan lancar dan efektif dari awal sampai akhir dan bisa dipertanggungjawabkan seperti pembuatan proposal Kerangka Acuan Kerja yang diajukan kepada atasan dan sampai mendapat persetujuan. Hal itu terbukti dari wawancara dan pengamatan penulis terhadap proses penyelenggaraan *event* dari awal sampai akhir. Sedangkan sumber data sekunder dalam laporan ini diperoleh langsung dari internet, buku, jurnal untuk memperkuat dan menunjang data primer serta teori-teori yang terkait dengan pengelolaan sebuah *event*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini adalah sebagai berikut :

a. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku dan internet yang berhubungan dengan laporan Praktek Kerja Nyata

b. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan wawancara kepada *informan* sebagai bahan untuk membuat laporan Praktek Kerja Nyata. Wawancara dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung kepada narasumber. Dalam laporan ini penulis melakukan wawancara secara bebas yaitu penulis tidak menggunakan

pedoman wawancara yang berisi pertanyaan yang akan diajukan tetapi hanya membuat poin-poin berisi tentang masalah yang ingin diketahui oleh penulis dari narasumber.



BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil praktek kerja nyata yang sudah dilaksanakan oleh penulis di PT. Inti Global 99 dapat disimpulkan bahwa PT. Inti Global 99 adalah salah satu perusahaan jasa *event organizer* di Malang, yang berada di bawah naungan CV. *Greenline 99 Adv.* PT. Inti Global 99 berlokasi di tengah kota yaitu Jalan Tumenggung Suryo No 11D Belimbing-Malang, dekat dengan pusat perbelanjaan dan kantor instansi pemerintah. Perusahaan ini memiliki beberapa divisi yaitu divisi MICE, *Tour and Travel*, dan *Wedding Organizer*.

Public Relations Officer dalam usaha menjaga eksistensi perusahaan pada PT. Inti Global 99 ini adalah dengan melakukan peran sebagai :

1. Komunikator, komunikasi yang terjadi dalam kehidupan *Public Relations* terdapat dua jenis yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal;
2. Fasilitator, dengan cara memperluas jaringan dengan klien, bergabung dalam asosiasi dan komunitas-komunitas *event organizer* di Indonesia;
3. Informator, senantiasa meng-*update* informasi kepada karyawan mengenai kebijakan perusahaan, tugas masing-masing karyawan. Selain untuk menjaga eksistensi, *Public Relations* bertanggungjawab terhadap keberlanjutan perusahaan yang ditandai dengan dengan terciptanya kepercayaan public;
4. *Good Image Maker*, yaitu melakukan *branding* dengan cara mengadakan pameran atau ikut serta dalam pameran-pameran yang diadakan oleh komunitas *Event Organizer*, dan melakukan strategi peluasan pemasaran atau penambahan klien baru dengan cara menjadi *sponsorship event*, biasanya di setiap *event* yang dikerjakan, pihak Global 99 menaruh logo dalam *event* tersebut.

5.2 Saran

Adapun saran yang terdapat dalam praktek kerja nyata ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi dan kerjasama antar bagian dalam suatu divisi sangat dibutuhkan untuk mendukung kelancaran setiap pelaksanaan kegiatan. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman saat melaksanakan suatu kegiatan dan juga demi kelancaran dan kesuksesan kegiatan;
2. Perlu ditingkatkan terkait kinerja karyawan untuk lebih profesional ketika menyelenggarakan sebuah *event* agar dapat lebih efisien dalam bekerja dengan *job desk* yang diberikan kepada masing-masing karyawan.
3. Hendaknya menambah karyawan, khususnya di bidang *Public Relations* agar dapat maksimal dalam menjalankan perannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2007. *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scott M. Center, Allen H; Broom, Glen. 2000. *Effective Public Relations*. New Jersey : Prentice Hall Internasional.
- Djaja, Danan. 1985. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Bandung: PT Alumni.
- Duncan, Tom. 2005. *Principle Of Advertising and IMC Edition 2*. New York: Mc Graw Hill.
- Goldblatt, J. 2013. *Management Event*. Retrieved from Komuni Kata: <http://syafrihan.wordpress.com/>
- Gregory, Anne. 2003. *Public Relation in Practice*. London: Kogan Page.
- Megananda, Yudhi, Wijaya, Johannes Arifin. 2009. *7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event-Organizer*. Jakarta. BIP.
- Noor, Any. 2013. *Manajemen Event*. Bandung : Alfabeta.
- PT. Inti Global 99. *Company Profile*. 2017. Malang
- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarna Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan:Kajian, Program, dan Implementasi*. Bandung: Penerbit Nuansa.

Tim Perumus. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember. UPT. Penerbit Universitas Jember.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Tempat Magang

1



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan – Kampus Tegalboto Telp (0331) 335586, 331342 Fax (0331) 335586
Jember 68121 Email: sisip@unj.ac.id

Nomor : 0356/UN25.1.2/SP/2018
Lampiran : satu eksemplar
Perihal : Permohonan Tempat Magang

29 Januari 2018

Yth. Pimpinan Greenline99 Advertising
Ruko Tumenggung Suryo 11D, Purwantoro, Blimbing
Malang

Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktek Kerja Lapang) untuk penyelesaian laporan tugas akhir. Sehubungan dengan hal tersebut, kami berharap dengan hormat kesediaan Saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang Saudara pimpin. Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang adalah :

Nama : Audina Aprillia Saputri
NIM : 150903102003
Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

Bersama ini kami lampirkan 1 (satu) eksemplar proposal Praktek Kerja Nyata (PKN).

Atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.


an Dekan
Wakil Dekan I,
Dr. Hadi Prayitno, M. Kes
NIP 19610608 198802 1 001

Lampiran 2. Surat Penerimaan Tempat Magang

GLOBAL99

Nomor : 008/HRD-GB99/II/2018
Hal : Pernyataan Penerimaan Mahasiswa
Praktek Kerja Nyata (Magang)

Malang , 09 Februari 2018

Kepada
Yth . Ketua Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata
FISIP Univ. Jember
Di tempat


Dengan Hormat

Sehubungan dengan akan dilaksanannya kegiatan Praktek Kerja Nyata (PKN) yang merupakan bagian dari mata kuliah Praktek Kerja Nyata I di Prodi D III usaha Perjalanan Wisata , maka nama-nama di bawah ini :

Nama : Audina Aprillia Saputri
NIM : 150903102003
Alamat : Jl. Brantas II No. 49 Sumpersari Jember
Alamat Kampus : Jl. Kalimantan No. 37 Kampus Tegalboto. Kel. Sumpersari Jember
Jurusan : Ilmu Administrasi
Progam Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

Kami Nyatakan diterima sebagai mahasiswa praktek kerja nyata di perusahaan kami yang berlangsung selama lebih kurang dua bulan yaitu mulai dari **FEBRUARI 2018** sampai dengan **JUNI 2018**
Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk bisa di gunakan semestinya atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih

Hormat kami


GLOBAL99
(M. Syafar Hanafie)
Direktur

www.globalevent99.com
✉ info.global99management@gmail.com

Lampiran 3. Surat Tugas Melaksanakan Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegalboto
 Telp (0331) 335586 - 331342, Fax (0331) 335586 Jember 68121
 Email : fisp@unj.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 0688/UN25.1.2/SP/2018

Berdasarkan surat dari Direktur Global 99 nomor : 008/HRD-GB99/II/2018 tanggal 09 Pebruari 2018 perihal Pernyataan Penerimaan Mahasiswa PKN (Magang), maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : **Audina Aprilia Saputri**
 NIM : 150903102003
 Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Untuk melaksanakan kegiatan Magang di **Global 99**, pada tanggal 01 Pebruari 2018 s.d 30 Juni 2018.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 21 Pebruari 2018

Dekan
 Wakil Dekan I,

Dr. Hadi Prayitno, M.Kes
 NIP 19610608 198802 1 001

Disampaikan Kepada :

1. Direktur Global 99
2. Kaprodi Diploma III Perpajakan
3. Mahasiswa yang Bersangkutan

Lampiran 4. Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121
 Telp. (0331) 332736

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 UNIVERSITAS JEMBER**

NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	78	AB
2	Kemampuan / Kerjasama	88	A
3	Etika	93	A
4	Disiplin	75	AB
NILAI RATA - RATA		83.5	

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : **AUDINA APRILLIA SAPUTRI**
 NIM : **150903102003**
 Jurusan : Ilmu Administrasi
 Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Yang menilai :

Nama : **YULIA RAHMAN**
 Jabatan : **MICE EVENT EXECUTIVE**
 Instansi : **PT. INTL. GLOBAL 99**
 Tanda Tangan : **GL 99**

PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	HURUF	ANGKA	KRITERIA
1	A	≥ 80	ISTIMEWA
2	AB	75 ≤ AB < 80	SANGAT BAIK
3	B	70 ≤ B < 75	BAIK
4	BC	65 ≤ BC < 70	CUKUP BAIK
5	C	60 ≤ C < 65	CUKUP
6	CD	55 ≤ CD < 60	KURANG
7	D	50 ≤ D < 55	
8	DE	45 ≤ DE < 50	SANGAT KURANG
9	E	< 45	

Lampiran 5. Logo Global 99 Management



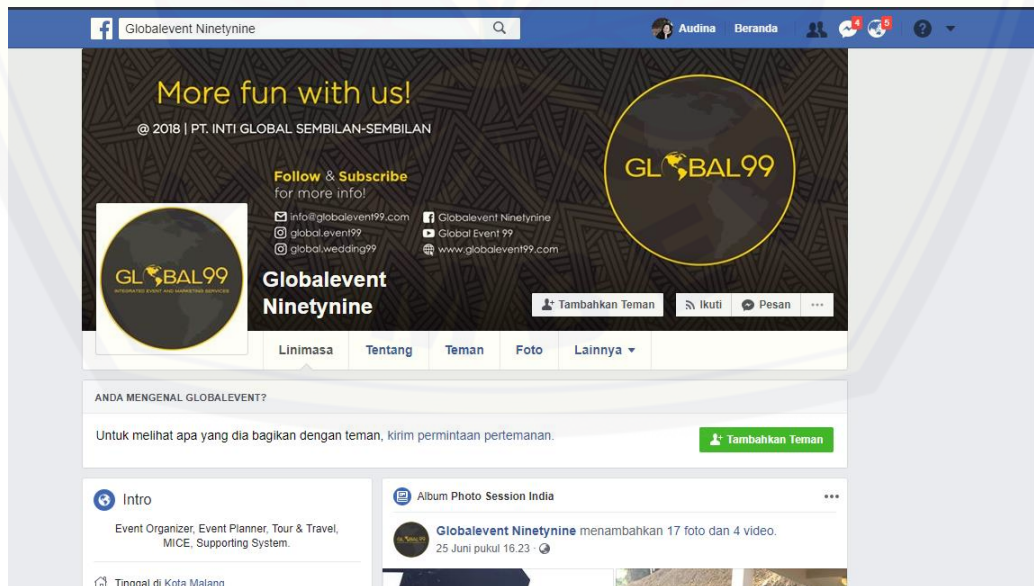
Lampiran 6. Website Global 99 Management



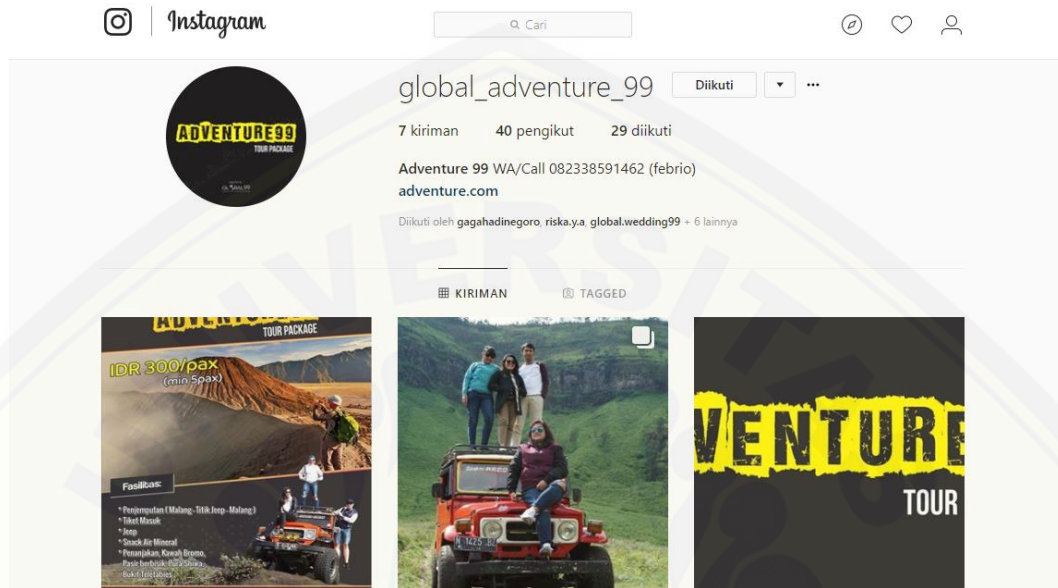
Lampiran 7. Instagram Global Event 99 Management dan Global Wedding99 Management



Lampiran 8. Facebook Global Event 99 Management



Lampiran 9. Instagram Global Adventure 99 Management



Lampiran 10. Kantor Global 99 Management



Lampiran 11. Ruang Admin dan *Marketing*



Lampiran 12. Ruang Direktur



Lampiran 13. Ruang *Finance Manager*



Lampiran 14. Ruang *Event Department*



Lampiran 15. Ruang *Design Graphic*

