

PERAN PUBLIC RELATIONS SHL HOTEL AND RESORT DALAM MENGATASI KETEGANGAN DENGAN WARGA SEKITAR

Ibrahim Besar

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
Ibrahim.besar@fisip.unila.ac.id

Reza Afif Kurniansyah

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
rezaafifkurniansyah@gmail.com

Ade Amelia Aprilysani

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
adeameliaa3@gmail.com

Naurah Salsabila

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
naurahsbm@gmail.com

Muhammad Alwan

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
muhammadalwan36@gmail.com

ABSTRAK

Public Relations menjadi salah satu cara untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi antara suatu perusahaan dan masyarakat melalui strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Public Relations (PR) SHL Hotel and Resort dalam mengatasi ketegangan yang terjadi dengan warga sekitar. Ketegangan ini disebabkan oleh perbedaan kepentingan antara pihak hotel yang ingin memperluas operasional dan warga yang merasa terdampak oleh aktivitas tersebut. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PR SHL Hotel and Resort memainkan peran penting sebagai mediator dalam komunikasi antara pihak manajemen dan warga sekitar. Beberapa strategi yang dilakukan meliputi kampanye sosial, dialog terbuka, serta program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Melalui pendekatan ini, ketegangan berhasil diminimalisir, dan hubungan antara hotel dan warga menjadi lebih harmonis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran PR dalam mediasi konflik lokal sangat krusial dalam menjaga citra positif perusahaan dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan.

Kata kunci: *Public, Relations, Hotel, Resort, Ketegangan*

ABSTRACT

Public Relations functions as a strategic approach to address issues arising between an organization and its stakeholders, utilizing communication strategies to facilitate understanding and resolution. This study aims to

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 06	Nomor. 02	Juli – Desember 2024
-------------------	------------	-----------	----------------------

analyze the role of Public Relations (PR) of SHL Hotel and Resort in addressing tensions with the surrounding community. These tensions arose due to conflicting interests between the hotel, which sought to expand its operations, and the residents who felt affected by these activities. The research uses a case study method with a qualitative approach through in-depth interviews and observations. The findings indicate that the PR of SHL Hotel and Resort played a key role as a mediator in communication between the management and the local community. Several strategies were employed, including social campaigns, open dialogue, and corporate social responsibility (CSR) programs focused on improving the well-being of the local population. Through this approach, tensions were effectively reduced, and the relationship between the hotel and the residents became more harmonious. This study concludes that the role of PR in mediating local conflicts is crucial in maintaining the company's positive image and fostering mutually beneficial relationships.

Keywords: *Public, Relations, Hotel, Resort, Tension*

A. PENDAHULUAN

Kehadiran hotel dan resort kerap memicu ketegangan dengan masyarakat lokal, terutama terkait perubahan sosial dan ekonomi yang besar. Shl Hotel and Resort, sebagai salah satu tempat akomodasi, perlu menghadapi tantangan ini dengan hati-hati. Ketegangan tersebut muncul karena berbagai alasan, seperti dampak terhadap lingkungan, peningkatan volume lalu lintas, serta perbedaan nilai budaya antara pengelola hotel dan penduduk setempat (Baker & Balmer, 2017).

Rensburg & Cant (2018) menyatakan bahwa strategi Public Relations (PR) yang efektif mampu meredakan konflik dan meningkatkan pemahaman antara organisasi dan masyarakat. PR tidak hanya bertujuan untuk membentuk citra positif hotel, tetapi juga untuk mendengarkan dan memperhatikan aspirasi masyarakat yang mungkin merasa terabaikan. PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi pandangan masyarakat, menunjukkan kebijakan dan prosedur dari individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, serta menjalankan rencana untuk mendapatkan pemahaman dan pengakuan dari masyarakat (Mayasari et al., 2019).

Dalam konteks ini, partisipasi aktif hotel dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi krusial. Program CSR yang dirancang dengan baik dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekaligus memperkuat citra positif hotel (Rita, 2019). CSR menjadi konsep yang mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan dan memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan dalam menjalankan operasinya demi meraih keuntungan. Pemangku kepentingan tersebut meliputi karyawan, pelanggan, masyarakat, komunitas lokal, pemerintah, serta organisasi non-pemerintah (Fuady, 2002).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana peran PR Shl Hotel and Resort dalam mengatasi ketegangan dengan warga sekitar. Dengan memahami strategi dan pendekatan yang diterapkan, diharapkan dapat ditemukan cara yang lebih efektif untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara hotel dan komunitas.

B. METODOLOGI

Penelitian di SHL Hotel and Resort yang telah menggunakan PR dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di hotel tersebut. Untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam menganalisa dan menjawab permasalahan digunakan teknik pengumpulan informasi secara langsung terhadap berbagai aspek yang berkaitan dengan objek yang diteliti melalui wawancara. Teknik pengumpulan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan dan dijawab langsung oleh pihak PR dengan menggunakan pedoman wawancara.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan deskriptif kualitatif yang disajikan secara naratif dengan menggambarkan dengan jelas sifat dan keadaan yang berlangsung yang selanjutnya akan menghasilkan suatu pemahaman dan kesimpulan ilmiah dalam mencari strategi untuk mengatasi ketegangan yang terjadi antara pihak manajemen shl hotel and resort dan masyarakat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kasus ini, beberapa masalah krusial dapat diidentifikasi:

1. Ketegangan Sosial dan Lingkungan

Acara yang berlangsung hingga larut malam tanpa adanya komunikasi dan koordinasi yang baik dengan warga menciptakan ketegangan sosial. Warga merasa diabaikan dan dipinggirkan oleh aktivitas hotel yang mengganggu keseharian mereka.

2. Krisis Reputasi dan Kepercayaan

Insiden ini tidak hanya merusak hubungan antara SHL Hotel and Resort dengan warga sekitar, tetapi juga menciptakan persepsi negatif di mata masyarakat umum. Ketika komunitas merasa hak-haknya dilanggar, kepercayaan terhadap institusi akan menurun, yang dalam jangka panjang dapat berdampak pada reputasi bisnis secara keseluruhan.

3. Kegagalan Manajemen Krisis Internal

Tidak adanya tindakan pencegahan atau antisipasi dari manajemen hotel sebelum insiden terjadi menunjukkan lemahnya manajemen krisis internal. Tidak ada komunikasi proaktif dengan warga sebelum acara, serta kegagalan dalam merespons keluhan mereka selama acara berlangsung, memperburuk situasi.

Peran *Public Relations* dalam Mengelola Krisis

PR memainkan peran krusial dalam meredakan ketegangan, memulihkan citra hotel, dan membangun kembali kepercayaan masyarakat melalui pendekatan yang sistematis:

1. Analisis Krisis dan Strategi Respons Cepat

Langkah pertama yang diambil PR SHL Hotel and Resort adalah melakukan analisis situasi secara cepat untuk memahami sumber masalah. PR harus segera mengidentifikasi penyebab ketegangan dan menyusun strategi komunikasi darurat. Pada tahap awal, PR merilis pernyataan publik yang mengakui kesalahan, menunjukkan penyesalan atas gangguan yang terjadi, dan berkomitmen untuk segera menyelesaikan konflik. Ini dilakukan untuk menekan eskalasi krisis serta mengurangi dampak negatif terhadap reputasi hotel. PR sebagai fasilitator pemecahan masalah membantu pimpinan baik dalam mengambil tindakan (keputusan) secara tepat dan cepat dalam mengatasi persoalan atau krisis yang sedang dihadapi secara profesional dan rasional (Ruslan, 2005).

2. Konsolidasi Internal dan Eksternal

Salah satu kesalahan mendasar yang dihadapi dalam insiden ini adalah kurangnya koordinasi internal hotel dengan departemen terkait, seperti manajemen acara dan keamanan. Menurut Syahrudin et al. (2023), PR harus berkomunikasi langsung dengan karyawan baik atasan maupun bawahan sehingga dapat memanajemen peran dan tanggung jawab setiap departemen dalam menangani situasi. Selain itu, PR juga segera menghubungi tokoh masyarakat dan pemimpin komunitas untuk meredakan ketegangan. Melalui mediasi ini, PR bisa mulai membangun saluran komunikasi yang lebih terbuka dan transparan dengan warga.

3. Dialog dan Pendekatan Partisipatif

Setelah insiden, PR mengadakan pertemuan terbuka dengan warga dan perwakilan komunitas untuk mendengar langsung keluhan mereka. PR perlu menggunakan pendekatan partisipatif dalam proses penyelesaian konflik, di mana warga tidak hanya didengarkan tetapi juga dilibatkan dalam pengambilan keputusan untuk pencegahan kejadian serupa di masa depan. Menurut Tirmidzi (2023), PR membantu mengarahkan opini dan sikap warga terhadap organisasi atau perusahaan melalui partisipasi dan penyampaian postif. Langkah ini sangat penting untuk menciptakan rasa memiliki dan keterlibatan dari masyarakat dalam solusi yang ditawarkan hotel. Restorasi Reputasi melalui Tindakan Konkret.

Selain meminta maaf, PR juga perlu menawarkan langkah-langkah konkret yang menunjukkan komitmen hotel terhadap perbaikan. Beberapa tindakan yang diambil antara lain:

- a. Pembatasan Jam Operasional Acara Besar: PR mengusulkan pembatasan jam operasional untuk acara-acara besar yang melibatkan suara keras. Misalnya, acara harus selesai sebelum waktu tertentu agar tidak mengganggu warga.

- b. Peningkatan Infrastruktur Peredam Suara: Sebagai bagian dari tanggung jawab sosial, PR mendorong hotel untuk memasang peredam suara atau memindahkan lokasi acara ke area yang lebih jauh dari permukiman.
- c. Koordinasi Rutin dengan Komunitas Lokal: Sebelum menyelenggarakan acara besar, PR mengusulkan pertemuan rutin dengan warga untuk memastikan bahwa mereka diberi informasi dan dilibatkan dalam perencanaan.

4. Penggunaan Program CSR sebagai Alat Diplomasi

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat digunakan sebagai alat diplomasi untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. PR mengembangkan program CSR baru yang berfokus pada kebutuhan nyata masyarakat sekitar, seperti dukungan terhadap pendidikan, pelatihan kerja, atau pembangunan fasilitas umum. CSR ini tidak hanya berfungsi sebagai upaya restorasi hubungan, tetapi juga sebagai cara untuk memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi komunitas (Darmawan, 2019).

5. Mengelola Opini Publik dan Media

Krisis ini juga berpotensi menyebar lebih luas melalui media lokal atau nasional. PR harus proaktif dalam mengelola pemberitaan dengan memberikan informasi yang akurat dan transparan kepada media (Setiadarma, 2022). Selain itu, PR menggunakan media sosial sebagai platform untuk menyampaikan perkembangan penyelesaian masalah kepada publik. Ini penting untuk memastikan bahwa narasi positif tentang upaya perbaikan hotel tetap terjaga.

Evaluasi dan Dampak Jangka Panjang

Dampak dari strategi PR dalam kasus ini mencakup beberapa hal positif, termasuk meredanya ketegangan dengan warga dan peningkatan citra hotel di mata masyarakat lokal. Namun, untuk menjaga hubungan yang harmonis, PR perlu terus memantau perkembangan hubungan dengan masyarakat serta memastikan komitmen jangka panjang melalui implementasi program CSR yang berkelanjutan (Pertiwi & Hadi, 2021). Evaluasi dari setiap langkah yang diambil akan menjadi dasar untuk perbaikan berkelanjutan dan pencegahan konflik di masa mendatang.

D. KESIMPULAN

Kasus pelemparan batu oleh warga akibat *event* larut malam di SHL Hotel and Resort adalah contoh nyata bagaimana ketidakpekaan terhadap lingkungan sosial dapat memicu krisis besar. PR memainkan peran kunci dalam mengelola konflik ini dengan respons cepat, komunikasi terbuka, serta penerapan solusi jangka panjang. Peran PR yang efektif tidak hanya meredam krisis tetapi juga memulihkan reputasi hotel dan membangun kembali hubungan yang lebih kuat dengan komunitas

lokal. Pada akhirnya, pendekatan yang proaktif dan partisipatif menjadi kunci keberhasilan manajemen krisis dalam situasi seperti ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Baker, M., J., & Balmer, J., M., T. (2017). Branding and Corporate Reputation. *Journal of Brand Management*, 24(1), 1–17.
- Botan, C., H., & Hazleton, V. (1989). *Public Relation Theory*. Lawrence Elbraum Associates Publisher.
- Cutlip, S., Center, A., H., & Broom, G., M. (2009). *Effective Public Relations*. Kencana.
- Darmawan, I. G. G. (2019). Penerapan Csr (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Air Melya Cv. Bagas Tirta Utama Dalam Kaitannya Dengan Peningkatan Laba Usaha Perusahaan. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 7(1), 19.
- Elvadri, A. B., Karimah, A. U., Midaria, I. U., Shela, J. D., Deden, M., Adhani, M., & Susanti, N. M. (2023). Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) Pada PT. Pertamina dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 223–231.
- Fuady, M. (2002). *Doktrin-doktrin Modern dalam Corporate Law dan Eksistensinya dalam Hukum Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Ibrahim, A. I., Erdiyana, L. K., & Nugraha, A. R. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) pada Program Siswa Mengenal Nusantara. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 85–96.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Marthin, M., Salinding, M. B., & Akim, I. (2018). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(1), 111–132.
- Mayasari, S., Purihastine, M., & Qibtiah, A. (2019). Strategi Public Relations PT Kasoem Hearing Dalam Mempublikasikan Kasoem Exhibition 2018 Kepada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 56–63.
- Nurjani, M., & Resnawaty, R. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pt Pertamina Melalui Program Pertamina Cerdas. *Share : Social Work Journal*, 13(1), 74.
- Pertiwi, M. S., & Hadi, S. P. (2021). Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Citra Perusahaan. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 357–363.
- Pohan, M. (2011). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Buruh*. Pustaka Bangsa Press.

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 06	Nomor. 02	Juli – Desember 2024
-------------------	------------	-----------	----------------------

- Purba, B. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang. *Network Media*, 1(1).
- Rensburg, R., S., & Cant, M., C. (2018). Public Relations and the Role of Management in Corporate Social Responsibility. *African Journal of Business Management*, 12(3), 45–52.
- Rita. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility (Studi Pada Hotel Grand Clarion Makassar). *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(1), 29–35.
- Ruslan, R. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT Raja Grafindo Persada.
- Setiadarma, A. (2022). Strategi Media Relations Dalam Krisis. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 130–139.
- Susanto, A., B. (2007). *Corporate Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group.
- Syahrudin, Hasdi, Kasim, S., Ode, L., Nasir, M., Sarlan Menungsa, A., & Mardiana,). (2023). Analisis Peran Public Relation Dalam Mengatasi Krisis Perusahaan Di Pt. Kalla Toyota Kendari. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan E-ISSN*, 1(2), 138–152.
- Tirmidzi, M. S. (2023). *Public Relation dan Peranannya dalam Mengatasi Krisis di Organisasi dan Perusahaan*. December.