

**LAPORAN AKHIR PADA DEPARTEMEN PUBLIC RELATIONS DINAS
KEBUDAYAAN KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA
KABUPATEN KLATEN**

RINGKASAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun oleh:

ANNISA YUNIATI HASTUTI

2120 31406

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN AKHIR PELAKSANAAN MAGANG PADA DEPARTEMEN PUBLIC RELATIONS DINAS KEBUDAYAAN KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN KLATEN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANNISA YUNIATI HASTUTI

Nomor Induk Mahasiswa: 212031406

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 18 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Daniel J.I. Bairupan, S.AB., M.B.A.

Penguji

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

Yogyakarta, 18 Januari 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Kegiatan magang dilaksanakan untuk pengimplementasian teori yang diterima saat belajar di perkuliahan dengan realitas di dunia kerja. Praktik kerja lapangan ini dilaksanakan di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Klaten pada Bidang Pariwisata dan Ekonomi kreatif Divisi *Public Relations* selama tiga bulan. Divisi *Public Relations* mempunyai peran utama sebagai jembatan antara pemerintahan dengan masyarakat. Penulis diberikan kesempatan untuk ikut membantu dalam menjalin komunikasi dengan pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Klaten, melakukan input data usaha pariwisata, dilibatkan dalam pelatihan dan *event* ekonomi kreatif. Laporan ini dibuat untuk membagikan pengalaman penulis selama mengikuti kerja praktik pada Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Klaten.

Kata kunci: *Public Relations*, Pariwisata dan ekonomi kreatif, Komunikasi, Input data, Pelatihan & *event* ekonomi kreatif.

ABSTRACT

Internship activities are carried out to implement the theory received while studying in lectures with the reality of the world of work. This field work practice was carried out at the Culture, Youth and Sports, and Tourism Klaten Regency in Department of Tourism and Creative Economy Sector, at Public Relation Division for three months. The Public Relations Division has a main role as a bridge between government and society. The author was given the opportunity to help in establishing communication with tourist business owner in Klaten Regency, inputting tourism business data, attend training and economy creative events. This report was created to share the author's experiences while attending practical work at Culture, Youth and Sports and Tourism in Klaten Recency.

Keywords: Public Relations, Tourism and Creative Economy, Communications, Inputting data, Training, and economy creative events.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN merupakan salah satu lembaga pendidikan yang menghasilkan mahasiswa bisa terampil pada bidangnya. Pada program studi ini tidak hanya memberikan perkuliahan secara teori kepada mahasiswanya, namun mahasiswa juga diberikan pilihan tugas akhir berupa magang kerja yang bertujuan untuk membentuk pribadi yang siap terjun ke dunia kerja sesungguhnya.

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN terdapat banyak mata kuliah yang berhubungan dengan *Public Relation* (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center, & Broom, 2009)

Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan Pariwisata kabupaten Klaten memiliki beberapa bidang diantaranya yaitu Bidang Kebudayaan, Bidang Kepemudaan dan Olahraga dan Bidang Pariwisata dan Ekonomi kreatif. Penulis ditempatkan dibidang Pariwisata dan Ekonomi kreatif pada Divisi *Public Relations*. Semenjak Covid-19 melanda banyak usaha pariwisata yang tidak beroperasi lagi, diharapkan dengan adanya *Public Relations* mampu menghubungkan pihak eksternal yaitu pelaku usaha pariwisata, dan pihak internal yaitu dinas, agar pariwisata dan ekonomi kreatif di kabupaten Klaten bisa kembali pulih. Maka dari itu penulis tertarik menjadi PR di Dinas Kebudayaan dan Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Klaten dengan menerapkan teori-teori yang pernah penulis pelajari selama belajar di STIE YKPN serta penulis berharap adanya timbal balik yang menguntungkan antara STIE YKPN dengan Dinas Kebudayaan dan Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata kabupaten Klaten.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Profil Perusahaan

Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Klaten dibentuk berdasarkan peraturan bupati nomor 55 tahun 2021 tentang Kedudukan Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Klaten, beralamat di Jalan Sulawesi 37 Klaten 0272 328055.

Sebelum menjadi Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Klaten telah mengalami tiga kali perubahan yaitu Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga berdasarkan Peraturan Bupati Klaten Nomor 45 Tahun 2016 dan menjadi Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Klaten berdasarkan Peraturan Bupati Klaten Nomor 55 Tahun 2021.

Berdasarkan Peraturan Bupati Klaten Nomor 55 tahun 2021 tentang kedudukan susunan organisasi tugas dan fungsi serta tata kerja Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata (DISBUDPORAPAR) Kabupaten Klaten mempunyai tugas membantu bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah di bidang kebudayaan, bidang kepemudaan dan olahraga dan bidang pariwisata. Untuk melaksanakan tugas pokok, maka DISBUDPORAPAR Kabupaten Klaten mempunyai fungsi:

1. Perumusan kebijakan teknis bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;
2. Pelaksanaan kebijakan teknis bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;
3. Pelaksanaan koordinasi di bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;
4. Pelaksana evaluasi dan pelaporan bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5. Pelaksanaan administrasi dinas; dan
6. Pelaksanaan fungsi kedinasan lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

Visi Misi

1. Visi

Terwujudnya Kabupaten Klaten yang Berbudaya, Pemuda yang Tanggung dan Berprestasi serta Pariwisata yang Andalan Demi Kesejahteraan Masyarakat Klaten guna mewujudkan Kabupaten Klaten yang Maju Mandiri dan Sejahtera.

2. Misi

- a. Meningkatkan kemandirian ekonomi daerah berbasis sektor unggulan daerah ekonomi kerakyatan,
- b. Mewujudkan kualitas sumber daya manusia yang cerdas, sehat, berbudaya dan responsif gender.

3. Motto

Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Klaten mempunyai motto melayani dengan *SMART* (Semangat, Mudah, Amanah, Ramah, Tepat)

Berdasarkan Peraturan Bupati Klaten Nomor 55 tahun 2021 tentang kedudukan susunan organisasi tugas dan fungsi serta tata kerja Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata (DISBUDPORAPAR) Kabupaten Klaten mempunyai tugas membantu bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah di bidang kebudayaan, bidang kepemudaan dan olahraga dan bidang pariwisata. Untuk melaksanakan tugas pokok, maka DISBUDPORAPAR Kabupaten Klaten mempunyai fungsi:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

7. Perumusan kebijakan teknis bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;
8. Pelaksanaan kebijakan teknis bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;
9. Pelaksanaan koordinasi di bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;
10. Pelaksana evaluasi dan pelaporan bidang kebudayaan, kepemudaan dan olahraga dan pariwisata;
11. Pelaksanaan administrasi dinas; dan
12. Pelaksanaan fungsi kedinasan lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.
13. Penulis memulai aktivitas magang pada 22 Agustus 2023 hingga 22 November 2023.

Aktivitas Magang

Penulis mendapatkan kesempatan dalam magang ini sebagai bagian dari *Public Relation* di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Klaten. Pada awal kedatangan penulis di DISBUDPORAPAR kabupaten Klaten penulis langsung dikenalkan kepada karyawan-karyawan bidang pariwisata. Penulis juga berkesempatan mempelajari tata tertib, seragam, kegiatan-kegiatan dinas sehingga penulis dapat memahami peraturan yang ada di DISBUDPORAPAR. Pengalaman yang diberikan ditempat magang berkaitan dengan teori manajemen yaitu komunikasi bisnis sehingga penulis diberikan tugas utama untuk menjalin komunikasi dengan pihak eksternal, yaitu pemilik usaha pariwisata berupa *homestay*, hotel, resto dan *caffe*, panti pijat, tempat wisata di kabupaten Klaten, mengikuti pelatihan dan *outing* serta kegiatan lainnya diluar divisi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Menjalin Komunikasi dengan Pihak Eksternal

Pandemi covid 19 mengakibatkan banyak usaha pariwisata tidak beroperasi, sehingga perlunya pendataan ulang data usaha pariwisata di kabupaten Klaten. Penulis mendapatkan tugas utama yaitu menjalin komunikasi dan melakukan pembaruan data dengan pihak eksternal, pihak eksternal yang dimaksud yaitu pemilik usaha pariwisata berupa homestay, hotel, resto dan cafe, panti pijat, dan tempat wisata di kabupaten Klaten. Pembaruan data pariwisata ini yang dilaporkan ke pemerintahan provinsi di setiap akhir tahun. Manfaat yang diperoleh dinas dari kegiatan ini yaitu untuk mengetahui usaha pariwisata tersebut masih beroperasi atau tidak beroperasi kemudian data disetorkan ke pemerintahan provinsi.

2. Melakukan *Input* Data Usaha Pariwisata

Setelah menyelesaikan pendataan ulang data usaha, tahap berikutnya yaitu melakukan *input* data usaha pariwisata ke dalam *Ms.Excel* kemudian data akan diproses melalui *website* DISBUDPORAPAR Kabupaten Klaten.

3. Mengikuti Pelatihan dan Event Ekonomi Kreatif

Sebagai salah satu cara untuk menindaklanjuti pandemi covid-19 yang sudah terjadi, DISBUDPORAPAR Kabupaten Klaten menyelenggarakan beberapa pelatihan yang bertujuan untuk menggerakkan kembali pelaku usaha pariwisata ekonomi kreatif yang sudah ada di kabupaten Klaten. Penulis dilibatkan sebagai panitia pada bagian registrasi dan input peserta pelatihan di web Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Klaten.

Penulis mengikuti 3 kali pelatihan, diantaranya:

- Pada tanggal 22 Agustus sampai dengan 24 Agustus dalam acara Pelatihan Digital Marketing.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Pada tanggal 18 September sampai dengan 20 September dalam acara Pelatihan Peningkatan Inovasi dan Higienisitas Sajian Kuliner.
- Pada tanggal 24 Oktober sampai dengan 26 Oktober dalam acara Pelatihan Pengelolaan Desa Wisata.

4. Kegiatan Lain diluar Divisi

Landasan Teori

Komunikasi Bisnis

Komunikasi merupakan sarana penting dalam suatu organisasi untuk menyampaikan suatu maksud tertentu kepada orang lain. Keterampilan berkomunikasi diperlukan untuk menghasilkan suatu kesepakatan antara satu pihak ke pihak lain. Perbedaan kepentingan dan kebutuhan sering kali menjadikan komunikasi tidak efektif, sehingga dapat menimbulkan konflik atau kesalahpahaman dalam berbisnis. Komunikasi yang efektif timbul jika pihak-pihak yang terkait mempunyai persepsi yang sama dalam memandang suatu informasi. Komunikasi yang efektif terjadi ketika pesan yang dikirim oleh pengirimnya (*sender*) dapat dipahami secara baik oleh penerima pesan (*receiver*). Menurut Cutlip, Center, & Broom (2009) menyatakan bahwa *Public Relations* diperlukan prinsip-prinsip utama pada proses komunikasi antara lain:

1. *Credibility* (kepercayaan), adalah nilai kepercayaan khalayak atau publik terhadap komunikator. Komunikasi dimulai dengan iklim saling percaya, iklim ini dibangun melalui kinerja di pihak institusi, yang merefleksikan keinginan untuk melayani *stakeholder* dan publik,
2. *Context* (konteks) program komunikasi harus sesuai dengan kenyataan lingkungan. Komunikasi yang efektif itu membutuhkan lingkungan sosial yang mendukung sebagian besar dipengaruhi oleh media massa,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. *Content* (isi) pesan harus mengandung makna bagi penerimanya dan harus sesuai dengan sistem nilai penerima. Pesan harus relevan dengan situasi penerima, yang pada umumnya memilih informasi yang menjanjikan manfaat besar bagi orang tersebut,
4. *Clarity* (kejelasan) pesan diberikan dalam bahasa yang sederhana dan bermakna sama menurut si pengirim dan penerima, isu yang kompleks harus dipadatkan ke dalam tema, slogan, stereotip yang mengandung kesederhanaan dan kejelasan,
5. *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), merupakan faktor ada tidaknya pertentangan maupun perbedaan dalam bagian-bagian pesan, atau pengulangan dengan variasi di dalamnya (harus konsisten),
6. *Channel* (saluran) adalah saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan, saluran komunikasi sebaiknya dihormati dan dipakai si penerima, sangat dibutuhkan pemilihan yang sesuai dengan sasaran publik,
7. *Capability of the audience* (kapabilitas atau kemampuan audien) komunikasi harus mempertimbangkan kemampuan audien. Komunikasi akan efektif jika tidak banyak membebani si penerima untuk memahaminya.

Public Relation

Menurut *Marsefio S. Luhukay* (2008:19) menyatakan bahwa *Public Relations* hadir sebagai suatu kebutuhan, kebutuhan untuk menjembatani organisasi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Jembatan yang dibangun PR bukanlah jembatan keledai, tetapi jembatan yang sungguh-sungguh kokoh berdiri, atas dasar *Trust, Honest,* dan *Creability*. Di dalam mengerjakan tugasnya *Public Relation* mempunyai tiga fungsi utama, diantaranya:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Bertindak sebagai *communication* dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*),
2. Membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan pihak public sebagai target sasaran, yaitu *public* internal dan eksternal. Khususnya dalam menciptakan saling mempercayai dan saling memperoleh manfaat bersama antara lembaga dan *public*,
3. Fungsi *Public Relations* melekat pada fungsi manajemen, menurut teori bahwa proses tersebut melalui tahapan yang terkenal POAC, yaitu singkatan dari *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggiatan) dan *controlling* (pengawasan),
4. Menciptakan citra perusahaan atau lembaga (*corporate image*) yang merupakan tujuan (*goals*) akhir dari suatu aktivitas program kerja PR *campaign* (kampanye PR), baik untuk keperluan publikasi maupun promosi.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah faktor yang sentral dalam suatu organisasi. Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia (Kairupan, 2017). Jadi manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan institusi atau organisasi. Sumber daya manusia sangat penting dalam organisasi sebab mereka menyediakan bakat, keterampilan, pengetahuan dan pengalaman untuk mencapai tujuan organisasi. Keberhasilan suatu perusahaan sebagian besar bergantung pada sejauh mana tingkat keterampilan karyawan dalam melaksanakan tugas mereka (Harsono, Sabardi, & dkk., 2019)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Terdapat beberapa aspek mengenai Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), meliputi rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, Manajemen Kinerja, Kompensasi dan Penghargaan, serta Hubungan Kerja. (Adamy, 2016)

- Rekrutmen dan Seleksi, rekrutmen yaitu proses pencarian dan penarikan sekelompok calon karyawan yang memiliki potensi untuk mengisi lowongan pekerjaan, sedangkan seleksi adalah proses mendapatkan dan menggunakan informasi tentang pelamar pekerjaan untuk menentukan siapa yang akan menerima posisi.
- Pelatihan dan Pengembangan, pelatihan ditujukan untuk memberikan keterampilan-keterampilan yang dibutuhkan segera dan bersifat jangka pendek, sedangkan pengembangan lebih berfokus pada tujuan jangka panjang. Namun keduanya bertujuan memberikan pendidikan tentang perilaku tertentu, keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh pekerja.
- Manajemen Kinerja (performance appraisal), adalah sistem formal dan terstruktur yang didesain untuk mengukur kinerja pekerjaan seorang karyawan dengan membandingkan antara prestasi kerja dan standar yang ditentukan.
- Kompensasi dan Penghargaan, Perusahaan mengakui bahwa kompensasi tidak hanya bisa hanya menarik pelamar yang potensial, memotivasi dan mempertahankan karyawan, tetapi juga mempertinggi daya saing, kelangsungan hidup, dan profitabilitas organisasi. Kompensasi adalah seluruh extrinsic reward yang diterima oleh karyawan dalam bentuk upah, gaji, intensif, dan beberapa tunjangan (benefits). Extrinsic reward adalah imbalan yang dapat dikontrol dan didistribusikan secara langsung oleh organisasi dan sifatnya berwujud.
- Hubungan Kerja, MSDM berinteraksi dengan serikat pekerja, menjaga hubungan yang harmonis, mengelola konflik, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ketenagakerjaan yang berlaku. Hal ini mencakup negosiasi perjanjian kerja, manajemen hubungan pekerja, dan penyelesaian perselisihan.

Manajemen risiko

Manajemen risiko adalah suatu sistem yang tersusun secara logis dan sistematis yang dimulai dari pengidentifikasian risiko, pengevaluasian risiko, dan pengendalian risiko dari suatu rangkaian kegiatan, harta benda, hak milik dan keuntungan badan usaha atau perorangan terhadap kemungkinan terjadinya kerugian. Manajemen risiko merupakan bagian tidak terpisahkan dari manajemen proses. Pengimpletasian manajemen risiko merupakan bagian terintegrasi dengan pengelolaan suatu bisnis dan bersifat kontinyu untuk mendukung terciptanya perbaikan berkelanjutan (continuous improvement) di dalam proses bisnis tersebut (Harsono, Sabardi, & dkk.,2019)

Elemen-elemen utama dari manajemen risiko, meliputi:

1. Penetapan tujuan, yaitu menetapkan strategi kebijakan bisnis, dan ruang lingkup manajemen risiko yang akan dilakukan dengan tetap mengacu pada perencanaan strategis, pengimpletasian, dan pengendaliannya.
2. Pengidentifikasian risiko, merupakan proses penganalisan untuk menemukan secara sistematis dan secara berkesinambungan risiko (kerugian potensial) yang memiliki probabilitas terjadi.
3. Pengukuran risiko, analisis risiko dilakukan dengan menentukan tingkat probabilitas dan konsekuensi yang akan terjadi. Kemudian menentukan tingkatan yang ada dengan mengalikan probabilitas x konsekuensi.
4. Evaluasi risiko, membandingkan tingkat risiko yang ada dengan kriteria standar. Setelah itu tingkatan risiko yang ada untuk beberapa *hazard* dibuat tingkatan prioritas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengelolaannya. *Hazard* adalah faktor intrinsik yang melekat pada sesuatu dan mempunyai potensi menimbulkan kerugian.

5. Pengendalian risiko, sesudah manajer risiko mengidentifikasi dan mengukur risiko yang dihadapi perusahaan, maka langkah berikutnya adalah bagaimana cara untuk menangani risiko tersebut.
6. *Monitoring* dan *review* terhadap hasil kerja sistem manajemen risiko yang dilakukan serta mengidentifikasi perubahan-perubahan yang perlu dilakukan.
7. Komunikasi dan konsultasi dengan pengambil keputusan internal dan eksternal untuk tindak lanjut dari hasil manajemen risiko yang dilakukan.

Analisis Permasalahan

1. Kurangnya Kepercayaan dengan Pelaku Bisnis

Sosialisasi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk dan mempengaruhi masyarakat, dikaitkan dengan kegiatan sosialisasi yang dimaksud yaitu pentingnya memberitahukan dan mempengaruhi pelaku pemilik bisnis pariwisata untuk selalu melaporkan data usaha pariwisata yang berguna untuk *update* data usaha pariwisata di Kabupaten Klaten. Kendala yang dihadapi penulis dalam melakukan tugas yaitu penulis sering tidak dipercaya sebagai perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Klaten di beberapa kecamatan padahal penulis sudah menyertakan surat tugas resmi dari Dinas Pariwisata, sehingga penulis tidak dapat melakukan pendataan dengan baik.

Pembahasa: Penulis menemukan solusi supaya permasalahan tersebut dapat teratasi dengan menerapkan teori komunikasi bisnis mengenai pentingnya komunikasi yang efektif, seperti yang dijelaskan oleh Cutlip, Center, & Broom (2009) bahwa komunikasi yang efektif mempertimbangkan tujuh prinsip-prinsip utama dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

komunikasi, diantaranya kepercayaan, konteks, isi, kejelasan, kontinuitas dan konsistensi, saluran, kapabilitas atau kemampuan audiens dikaitkan dengan permasalahan ini *creability* atau kepercayaan menjadi hal yang utama yang dibutuhkan oleh *Public Relation*. Penulis menemukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memprioritaskan sosialisasi dengan pihak yang belum mendapatkan perhatian yang memadai dari dinas (karyawan usaha), harapannya dapat menerapkan komunikasi yang efektif sehingga informasi tersebut bisa diterima oleh *receiver* yaitu seluruh karyawan usaha dengan baik, serta dapat menerapkan prinsip-prinsip dari proses komunikasi untuk menciptakan saling percaya dan saling memperoleh manfaat bersama antara perusahaan dan masyarakat

2. Ketidakjelasan Informasi mengenai Legalitas Usaha dari Rekanan Bisnis

Legalitas Usaha merupakan badan atau pihak yang memiliki ijin untuk menjalankan suatu usaha. Salah satu persyaratan dalam membuat legalitas usaha yaitu harus memiliki tempat usaha yang jelas untuk menjalankan bisnis. Kendala yang penulis hadapi yaitu banyak tempat usaha pariwisata yang terdaftar dan memiliki legalitas usaha, akan tetapi tidak disertakan alamat yang jelas bahkan tidak ada di *Google Maps* sehingga penulis kesulitan dalam melakukan pendataan usaha pariwisata di Kabupaten Klaten.

Pembahasan: Penulis menemukan solusi supaya permasalahan tersebut dapat teratasi dengan teori Adamy (2016) menyatakan bahwa salah satu aspek sumber daya manusia yaitu pelatihan dan pengembangan. Dikaitkan dengan permasalahan tersebut, banyaknya tempat usaha yang tidak terdaftar di *Google Maps* terkait dengan legalitas usaha bisa menjadi masalah, terutama dalam hal visibilitas dan kepercayaan *public* terhadap bisnis tersebut. Berikut cara mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan mengadakan pelatihan atau *workshop* yang bertujuan untuk mendorong pemilik usaha

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pariwisata agar mendaftarkan bisnis mereka di *Google My Business*, platform ini memungkinkan bisnis untuk membuat profil mereka sendiri di *Google Maps*, yang mencakup informasi seperti alamat, jam operasional, nomor telepon, dan ulasan dari pelanggan.

3. Permasalahan pada Ketidaksiplinan Karyawan

Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Klaten memiliki peraturan tentang presensi karyawan yaitu dengan menggunakan mesin sidik jari sehingga kehadiran karyawan dapat dipantau. Presensi dilakukan dua kali yaitu ketika karyawan masuk dan pulang. Namun masih banyak karyawan yang hanya datang untuk presensi kemudian pergi sehingga akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di DISBUDPORAPAR Kabupaten Klaten, sejauh ini belum ada evaluasi mengenai perihal kedisiplinan karyawan padahal hal tersebut akan menghambat pekerjaan dan menghambat untuk mencapai tujuan visi dan misi DISBUDPORAPAR Kabupaten Klaten.

Pembahasan: Penulis menemukan solusi supaya permasalahan tersebut dapat diatasi dengan menerapkan teori Harsono, Sabardi, & dkk. (2019) menyatakan bahwa elemen utama dalam manajemen risiko melakukan *monitoring* dan *riview* terhadap hasil kerja manajemen risiko yang dilakukan serta mengidentifikasi perubahan-perubahan yang perlu dilakukan, sehingga tidak mempengaruhi aspek manajemen risiko yang nantinya akan berdampak pada keberlanjutan perusahaan, dan teori manajemen sumber daya manusia mengenai kinerja karyawan dengan adanya kompensasi dan penghargaan. Berikut beberapa solusi untuk mengatasi masalah tersebut:

- Melakukan komunikasi pentingnya kinerja dan kehadiran karyawan, dengan mengadakan sesi khusus edukasi kepada seluruh karyawan untuk memahami harapan perusahaan terhadap kehadiran dan kinerja di suatu perusahaan,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Melakukan *monitoring* dan *review* kepada seluruh karyawan secara berkala, hal ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja karyawan dan membuat rencana perbaikan perusahaan kedepannya,
- Memberikan kompensasi dan penghargaan berdasarkan kinerja dan kontribusi nyata dalam bekerja di perusahaan. Pemberian kompensasi yang dimaksud bisa berupa sanksi (potongan upah) bagi karyawan yang tidak tertib dan penghargaan dapat berupa tambahan intensif bagi karyawan yang tertib.

Kesimpulan

Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata (DISBUDPORAPAR) Kabupaten Klaten merupakan dinas yang didirikan untuk mengangkat budaya daerah Kabupaten Klaten di kancah nasional dan internasional, tidak kalah pentingnya potensi olahraga dan pemuda di kabupaten Klaten yang perlu pembinaan dan pemberdayaan yang tepat agar prestasi olahraga maupun pemuda dapat berkembang dengan baik, begitu pula potensi kepariwisataan di Kabupaten Klaten perlu disebarluaskan secara terus menerus dan berkesinambungan kepada masyarakat umum. Pada kegiatan magang ini, penulis mendapat kesempatan untuk magang di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Klaten bidang Pariwisata dan ekonomi kreatif Divisi *Public Relations*.

Divisi *Public Relations* di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Klaten memiliki peran utama sebagai penghubung atau jembatan antara pemerintahan dengan masyarakat dan pelaku usaha pariwisata. Selama menjalani proses magang kerja di Divisi *Public Relations* penulis belajar tugas-tugas yang dijalankan oleh divisi tersebut seperti, melakukan pendataan ulang data pariwisata di Kabupaten Klaten, mengikuti pelatihan dan ekonomi kreatif, dan lain sebagainya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pada saat melaksanakan kegiatan magang kerja, penulis menemukan beberapa masalah, diantaranya:

1. Sosialisasi dengan pihak eksternal yang belum merata,
2. Legalitas usaha dari rekanan bisnis,
3. Permasalahan presensi karyawan.

Solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut:

1. Memprioritaskan sosialisasi dengan pihak yang belum mendapatkan perhatian yang memadai dari dinas (karyawan usaha), harapannya dapat menerapkan komunikasi yang efektif sehingga informasi tersebut bisa diterima oleh receiver yaitu seluruh karyawan usaha dengan baik, serta dapat menerapkan prinsip-prinsip dari proses komunikasi untuk menciptakan saling percaya dan saling memperoleh manfaat bersama antara perusahaan dan masyarakat
2. Solusi dari permasalahan legalitas usaha dari rekanan bisnis yaitu dengan mengadakan pelatihan atau *workshop* yang bertujuan untuk mendorong pemilik usaha pariwisata agar mendaftarkan bisnis mereka di *Google My Business*, platform ini memungkinkan bisnis untuk membuat profil mereka sendiri di *Google Maps*, yang mencakup informasi seperti alamat, jam operasional, nomor telepon, dan ulasan dari pelanggan,
3. Solusi dari permasalahan presensi karyawan yaitu melakukan komunikasi mengenai pentingnya kinerja dan kehadiran karyawan, melakukan *monitoring* dan *review* kepada seluruh karyawan secara berkala, memberikan kompensasi dan penghargaan berdasarkan kinerja dan kontribusi nyata dalam bekerja di perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Adamy, M. (2016). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. Universitas Malikussaleh.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations*.

Harsono, Sabardi, & dkk. (2019). *MANAJEMEN PENGANTAR*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Harsono., Sabardi, & dkk. (2019). *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Kairupan, D. J. I. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Keterlibatan Kerja Karyawan Dengan Orientasi Budaya Individu Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen*, Vol. 7. No. 2: 13-29

<https://disbudporapar.klaten.go.id/>

