

**MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL *PUBLIC*  
*RELATION* DALAM KOMUNIKASI EFEKTIF  
*PUBLIC INTERNAL* DI LE POLONIA  
HOTEL MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**EDVIN ADITYA PRADANA**

**NPM 1903110058**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

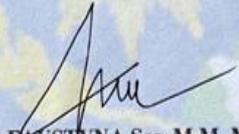
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : Edvin Aditya Pradana  
NPM : 1903110058  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : Model Komunikasi Interpersonal Public Relation Dalam Komunikasi Efektif Public Internal di Le Polonia Hotel Medan

Medan, 24 Agustus 2023

PEMBIMBING

  
Dr. FAUSTIYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom

DISETUJUI OLEH

KETUA PROGRAM STUDI

  
AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

DEKAN

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP



Unggul | Cerdas | Terpercaya

## BERITA ACARA PENGESAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera  
Utara oleh:

Nama : Edvin Aditya Pradana  
NPM : 1903110058  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Pada hari, Tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023  
Waktu : 08.00 Wib

**TIM PENGUJI**

**TIM PENGUJI**

PENGUJI I : NURHASANAH NASUTION, S.Sos.,M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : Dr.SIGIT HARDIYANTO, S.Sos.,M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : Dr.FAUSTYNA, S.Sos., M.M.,M.I.Kom (.....)

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

## PERNYATAAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan ini saya, **Edvin Aditya Pradana**, NPM **1903110058**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 24 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



**Edvin Aditya Pradana**

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamualaikum wr.wb*

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Swt yang telah memberikan kedamaian hati dan kekuatan setiap hari, serta shalawat beriring salam semoga tercurah kepada Nabi besar Muhammad Saw mudah mudahan kita mendapat syafaat di akhirat kelak, Aamiin Ya Rabbal Alamin. Atas ridho dan kesempatan dari Allah Swt penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul "**Model Komunikasi Interpersonal Public Relation Dalam Komunikasi Efektif Public Internal di Le Polonia Hotel Medan**", dapat penulis selesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tugas dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Program Studi Ilmu Komunikasi. Di dalam pengerjaan skripsi ini telah banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada Orang tua tercinta **Ayah Edwar Sujamel Putra** dan **Ibu Siti Evi Friyanti** yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai dan juga kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Hj. Dra.Yurisna Tanjung, MAP selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Ilmu dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Ibu Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah begitu banyak memberikan ilmu, masukan, waktu, tenaga, saran, pikiran, dan kesabarannya selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
10. Bapak dan Ibu *Public Relation* dan *Public Internal* yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini
11. Kepada pemilik NPM (1902030016) yang sudah banyak menemani dari awal hingga akhir perkuliahan
12. Seluruh teman seperjuangan kelas B Humas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
13. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu. *InshaAllah* bantuan yang diberikan akan menjadi amal baik, Aamiin

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivasi untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Medan, Agustus 2023

Penulis



Edvin Aditya Pradana

1903110058

**MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL PUBLIC  
RELATION DALAM KOMUNIKASI EFEKTIF  
PUBLIC INTERNAL DI LE POLONIA  
HOTEL MEDAN**

**EDVIN ADITYA PRADANA**

**1903110058**

**ABSTRAK**

*Public relation* merupakan salah satu fungsi penting di dalam organisasi, terutama dalam hal berkomunikasi dengan publik internal maupun eksternal mengenai informasi dan pesan-pesan tertentu dari organisasi, salah satu aspek penting *public internal* dari *public relation* adalah komunikasi efektif baik intern, maupun ekstern. Le Polonia Hotel Medan memiliki *public internal* yang besar dengan jumlah karyawan sebanyak 112 dari 8 departemen yang ada, sehingga membutuhkan strategi atau praktik terbaik dalam membangun komunikasi yang efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini untuk memberikan manfaat untuk mengetahui pemahaman Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dari berbagai macam sumber, yaitu wawancara, observasi, serta dokumentasi yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan dan kemudian didokumentasikan secara pribadi melalui gambar dan foto. Adapun tahapan dalam proses analisis data yaitu penyeleksian data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah Model Lasswell dan Model S-R (*Stimulus Respon*) yang diterapkan saat berkomunikasi antara *Public Relation* dan *Public Internal*. Komunikasi yang efektif antara *Public Relation* dengan *Public Internal* yaitu komunikasi efektif terjadi apabila sesuatu (pesan) yang diberitahukan komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi.

***Kata kunci : Model Komunikasi Interpersonal, Public relation, Public Internal, Komunikasi efektif.***

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II URAIAN TEORITIS .....</b>	<b>6</b>
2.1 Komunikasi .....	6
2.2 Model Komunikasi.....	7
2.2.1 Definisi Model Komunikasi .....	7
2.2.2 Macam-Macam Model Komunikasi .....	8
2.3 Komunikasi Interpersonal .....	10
2.3.1 Definisi Komunikasi Interpersonal .....	10
2.3.2 Karakteristik Komunikasi Interpersonal .....	10
2.3.3 Proses Komunikasi Interpersonal.....	11
2.3.4 Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	12
2.3.5 Hambatan Komunikasi Interpersonal.....	13
2.4 <i>Public Relation</i> .....	15
2.4.1 Definisi <i>Public Relation</i> .....	15
2.4.2 Fungsi <i>Public Relation</i> .....	16

2.4.3 Tujuan <i>Public Relation</i> .....	16
2.5 Komunikasi Efektif .....	16
2.5.1 Definisi Komunikasi Efektif .....	16
2.5.2 Karakteristik Komunikasi Efektif .....	17
2.6 <i>Public Internal</i> .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Kerangka Konsep .....	20
3.3 Definisi Konsep.....	22
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	24
3.5 Informan.....	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.7 Teknik Analisis Data.....	26
3.8 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	28
3.9.1 Sejarah Singkat Le Polonia Hotel Medan .....	28
3.9.2 Visi Dan Misi .....	29
3.9.3 Struktur Organisasi.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	32
4.1.1 Identitas Narasumber .....	33
4.1.2 Hasil Wawancara .....	34
4.1.3 Pembahasan.....	41
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>45</b>
5.1 Simpulan .....	45
5.2 Saran.....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>4</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	24
Tabel 4.1 Identitas Narasumber .....	33

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep .....	20
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	30

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Public relation manager tidak boleh mengabaikan pemetaan publik internal, pentingnya mengetahui siapa saja organisasi akan mempermudah dalam pembagian tugas kerja, peran dan sikap, keinginan, pengarahan jenjang karir, dan permasalahan (Aselina, 2019). Perusahaan terkadang mengalami kesulitan dalam membangun komunikasi interpersonal yang efektif antara public relation dengan karyawan atau anggota internal organisasi.

Public relation manager merupakan salah satu fungsi penting di dalam organisasi, terutama dalam hal berkomunikasi dengan publik internal ataupun eksternal mengenai informasi dan pesan-pesan tertentu dari organisasi, salah satu aspek penting public internal dari public relation adalah komunikasi efektif baik intern, maupun ekstern.

Komunikator saat berkomunikasi secara internal di dalam organisasi dianggap penting oleh kelompok yang mementingkan kesuksesan mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi. Seberapa besar organisasi atau kecil organisasi seperti perusahaan sangat membutuhkan interaksi anggota melalui komunikasi internal. Di dalam komunikasi internal, public relation bertanggung jawab untuk menjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan karyawan atau anggota internalnya, tidak hanya itu anggota internal organisasi juga terlibat dalam proses komunikasi interpersonal.

Peneliti tertarik pada Le Polonia Hotel Medan sebab perusahaan ini memiliki public internal yang besar atau kompleks. Sehingga membutuhkan strategi atau praktik terbaik dalam membangun komunikasi yang efektif dan efisien. Le Polonia Hotel Medan letaknya sangat strategis, berada di Jalan Jendral Sudirman No. 14-18 Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara, (20152). Hotel ini merupakan salah satu hotel berbintang 4 yang ada di Kota Medan. Saat ini jumlah kamar yang ada di Le Polonia Hotel Medan sebanyak 239 kamar, dengan jumlah karyawan sebanyak 112 dari 8 departemen yang ada di Le Polonia Hotel Medan. Le Polonia Hotel Medan tidak memiliki divisi khusus *Public Relation*, tetapi tugas *Public Relation* dikerjakan oleh *Human Resource Development*.

Peneliti melakukan observasi awal di Hotel Le Polonia Medan, komunikasi interpersonal *public relation* dengan *public internal* tergolong baik, tetapi efektif tidaknya komunikasi bisa diukur dari proses komunikasi yang berhasil dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan tepat, sehingga pesan tersebut dipahami oleh penerima sesuai dengan maksud pengirim pesan. Komunikasi efektif penting dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan *public internal*.

Penelitian ini juga dapat mengusulkan model pengukuran dan evaluasi untuk menilai keberhasilan komunikasi interpersonal dalam public relations dengan publik internal. Dengan demikian, organisasi dapat memahami apakah pesan yang disampaikan telah berhasil sampai dengan baik dan sesuai dengan harapan. Penelitian tentang model komunikasi interpersonal dalam public

relations untuk komunikasi efektif dengan publik internal memiliki potensi untuk memberikan wawasan berharga bagi organisasi dalam membangun hubungan yang positif dengan karyawan dan memaksimalkan kontribusi mereka dalam mencapai tujuan organisasi.

Peneliti tertarik melakukan penelitian yang lebih mendalam untuk mengetahui “**Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* Dalam Komunikasi Efektif *Public Internal* Di Le Polonia Hotel Medan**”.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Peneliti membuat batasan masalah penelitian. Untuk memperoleh fokus terhadap objek yang diteliti, maka batasan masalah yang akan diteliti ditujukan hanya untuk *Public Relation* dan *Public Internal* di Hotel Le Polonia Medan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan?.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Peneliti bertujuan melakukan penelitian dengan memberikan manfaat untuk mengetahui pemahaman Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti, proses penelitian ini dapat dijadikan sebagai proses pelatihan bagi peneliti untuk berfikir secara logis dan terstruktur dalam bidang komunikasi khususnya komunikasi interpersonal.

### b. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terhadap Model Komunikasi Interpersonal Public Relation.

### c. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak terkait dalam Model Komunikasi Interpersonal Public Relation dalam komunikasi efektif di sebuah organisasi/perusahaan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### BAB I :       Pendahuluan

Bab ini terdiri dari beberapa sub-sub bagian dengan uraian masing- masing, yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

### BAB II :       Uraian Teoritis

Bab ini berisikan uraian teoritis yang menjelaskan tentang

komunikasi, model komunikasi, komunikasi interpersonal, public relation, komunikasi efektif, dan public internal.

**BAB III :** Metode Penelitian

Di dalam bab ini penulis menguraikan mengenai jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, narasumber penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

**BAB IV:** Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

**BAB V:** PENUTUP

Pada bab ini penulis menjelaskan simpulan dan saran dari hasil penelitian.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Komunikasi**

Komunikator melakukan proses komunikasi sebagai suatu kebutuhan bagi manusia, manusia memiliki sifat sosial sehingga membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Selain sebagai kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, komunikasi yang efektif menjadi keinginan semua orang. Dengan komunikasi efektif tersebut pihak-pihak yang terlibat didalamnya memperoleh manfaat sesuai yang diinginkan.

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau dapat diartikan sebagai proses tukar-menukar pendapat. Selain itu, komunikasi dapat juga diartikan sebagai hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok.

Komunikasi menurut kamus besar bahasa Indonesia KBBI (2001) adalah suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak ke pihak yang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata entah lisan maupun tulisan, komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia.

Komunikasi ialah salah satu kegiatan interaksi antar manusia yang sangat penting dalam semua aspek kehidupan manusia. Komunikasi bagaikan urat nadi kehidupan sosial manusia karena seluruh kegiatan manusia dimulai dengan komunikasi (Suparmo, 2020:26). Komunikasi adalah proses pengiriman atau

penyampaian berita atau informasi dari satu pihak ke pihak lain dalam usaha untuk mendapatkan saling pengertian. Aktivitas komunikasi dalam sebuah institusi senantiasa dengan tujuan pencapaian baik dalam kelompok maupun dalam masyarakat.

Komunikasi merupakan sarana paling utama dalam kehidupan manusia yang berarti tak seorang pun yang dapat menarik diri dari proses ini baik dalam fungsinya sebagai individu maupun makhluk sosial. Komunikasi itu sendiri ada dimana mana seperti di rumah, sekolah, kantor, rumah sakit, dan di semua tempat yang melakukan sosialisasi, artinya hampir seluruh kegiatan manusia selalu tersentuh komunikasi. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seorang dalam hidup bermasyarakat.

## **2.2 Model Komunikasi**

### **2.2.1 Definisi Model Komunikasi**

Menurut (Rustan, 2017:12) Model komunikasi merupakan cara untuk memahami proses komunikasi, kita akan menggunakan model model komunikasi tersebut dalam memahami bagaimana komunikasi bekerja dimana unsur komunikasi yang ada yaitu pengirim pesan (*sender*), pesan (*message*), media (*channel*), dan penerima pesan (*receiver*) memiliki hubungan satu dengan yang lainnya. Komunikasi terjadi ketika pengirim pesan mengirimkan pesan kepada penerima melalui media komunikasi kemudian penerima menerima pesan tersebut dan memberikan umpan balik atas pesan yang dikirimkan oleh pengirim.

### 2.2.2 Macam-Macam Model Komunikasi

Menurut (Liliweri, 2020:2) macam-macam model komunikasi yaitu Model S-R (*Stimulus Respon*), Model Aristoteles, Model Lasswell, Model Shannon dan Weaver, Model Schramm, Model Newcomb.

#### a. Model S-R (*Stimulus Respon*)

Model Stimulus merupakan model yang paling dasar dalam ilmu komunikasi. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai sebuah proses aksi reaksi. Model ini beranggapan bahwa kata-kata verbal, tanda-tanda nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Kita juga dapat mengatakan bahwa proses ini merupakan perpindahan informasi ataupun gagasan.

#### b. Model Aristoteles

Model Aristoteles merupakan model yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Bisa juga disebut sebagai model retorikal. Model ini membuat rumusan tentang model komunikasi verbal yang pertama. Komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Aristoteles menerangkan tentang model komunikasi dalam bukunya *Rhetorica*, bahwa setiap komunikasi akan berjalan jika terdapat 3 unsur utama : Pembicara (*speaker*), Pesan (*message*), dan Pendengar (*listener*).

### c. Model Lasswell

Model Lasswell ini menggambarkan komunikasi dalam ungkapan *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* atau dalam bahasa Indonesia adalah, siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, pengaruh apa. Model ini menjelaskan tentang proses komunikasi dan fungsinya terhadap masyarakat.

### d. Model Shannon dan Weaver

Model Shannon dan Weaver ini membahas tentang masalah dalam mengirim pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model ini mengandaikan sebuah sumber daya informasi (source information) yang menciptakan sebuah pesan (message) dan mengirimnya dengan suatu saluran (channel) kepada penerima (receiver) yang kemudian membuat ulang (recreate) pesan tersebut.

### e. Model Schramm

Wilbur Schramm menciptakan serangkaian model komunikasi. Model Yang pertama mirip dengan model Shannon dan Weaver. Dalam model kedua, Schramm memperkenalkan gagasan bahwa kesamaan dalam ranah pengalaman, sumber dan tujuannya adalah nyata dikomunikasikan. Model ketiga Schramm mempertimbangkan komunikasi sebagai interaksi dengan kedua belah pihak yang menafsirkan, memecahkan kode, mengirim dan menerima sinyal.

### f. Model Newcomb

Model Newcomb menjelaskan komunikasi adalah cara umum dan efektif yang memungkinkan orang untuk menavigasi lingkungan mereka. Ini adalah

model tindakan komunikasi dua orang yang disengaja. Model Newcomb pola komunikasi yang terjadi antara dua individu mempunyai dua bentuk apabila dua orang yang berkomunikasi tentang suatu hal atau objek sama-sama mempunyai sikap menyukai atau memiliki selera yang sama terhadap hal atau objek yang dibicarakan.

## **2.3 Komunikasi Interpersonal**

### **2.3.1 Definisi Komunikasi Interpersonal**

Manusia dapat berinteraksi secara efektif dengan adanya komunikasi, Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Komunikasi interpersonal merupakan suatu action oriented yang merupakan suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkuk badan, menanyakan kabar kesehatan *partner* komunikasinya dan sebagainya (Rizky & Moulita, 2017:5).

### **2.3.2 Karakteristik Komunikasi Interpersonal**

Richard L. Weaver dalam (Fensi, 2018:13) memberi karakteristik khas pada komunikasi interpersonal sebagai berikut:

- a. Melibatkan paling sedikit dua orang,
- b. Adanya feedback/kilas balik spontan,
- c. Tidak harus tatap muka,
- d. Tidak harus memiliki tujuan tertentu

- e. Menghasilkan beberapa efek
- f. Tidak harus menggunakan/melibatkan kata-kata;
- g. Dipengaruhi oleh konteks tertentu;
- h. Dipengaruhi oleh kegaduhan (noise).

### **2.3.3 Proses Komunikasi Interpersonal**

Manager public relation melakukan proses komunikasi interpersonal dengan model komunikasi tatap muka, zoom meeting dan juga melalui grup whatsapp terkait program dan kebijakan hotel. Proses komunikasi terdiri dari langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Hal ini sebenarnya kita tidak pernah terlalu memikirkan proses komunikasi, karena aktivitas komunikasi terjadi secara teratur dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kita tidak lagi merasa perlu untuk secara sengaja merencanakan langkah-langkah tertentu saat berkomunikasi.

Komunikasi interpersonal akan terjadi apabila ada pengirim menyampaikan informasi berupa lambang verbal maupun nonverbal kepada penerima dengan menggunakan media suara manusia (human voice), maupun dengan medium tulisan. Berdasarkan asumsi ini maka dapat dikatakan bahwa dalam proses komunikasi interpersonal terdapat komponen-komponen komunikasi yang secara integratif saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen itu sendiri (Pontoh, 2013:3).

### **2.3.4 Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Peneliti menyatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan action oriented yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa di antaranya dipaparkan berikut ini.

- a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain.
- b. Menemukan diri sendiri Artinya, seorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.
- c. Menemukan dunia luar Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual.
- d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.
- e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media).
- f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal sekedar mencari kesenangan atau hiburan.

- g. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (miscommunication) dan salah interpretasi (mis interpretation) yang terjadi antara sumber dan penerima pesan.
- h. Memberikan bantuan (konseling) Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya (Pontoh, 2013:3).

### **2.3.5 Hambatan Komunikasi Interpersonal**

Eisenberg dalam (Liliweri, 2015:10) terdapat 4 jenis hambatan dalam komunikasi efektif yaitu hambatan proses, hambatan fisik, hambatan semantik, hambatan psikososial.

#### **a. Hambatan Proses**

Hambatan proses terjadi pada proses komunikasi itu sendiri. Dalam situasi Physical distancing contohnya pada saat kita video call dengan orang lain. Meskipun bertatap muka terkadang koneksi atau sinyal provider internet terkadang membuat video call tidak berjalan lancar, sehingga pada saat membicarakan hal hal yang penting dan video menjadi terputus-putus suaranya ataupun gambarnya membuat pesan tidak tersampaikan dengan baik.

#### **b. Hambatan Fisik**

Hambatan fisik bisa berupa non verbal communication atau keterbatasan fisik seseorang. Namun, dalam artikel ini pembahasan hambatan fisik pada physical distancing lebih kepada hambatan kontak fisik. Untuk

sebagian orang yang terbiasa melakukan kontak fisik untuk berkomunikasi dengan orang lain seperti sentuhan kecil yang membuat seseorang merasa terikat dengan orang lain tentunya dapat menyebabkan perasaan kehilangan ketika tidak dapat melakukan hal tersebut.

#### c. Hambatan Semantik

Hambatan semantik mengarah kepada tata bahasa dan kata-kata yang diucapkan oleh pengirim pesan. Dalam physical distancing contohnya pada saat kita chatting dengan seseorang cenderung bahasa yang digunakan bahasa singkatan, bahasa istilah masa kini, penggunaan huruf kapital yang tidak sesuai kaidah bahasa, bahasa asing yang tidak dimengerti lawan bicara atau ekspresi seseorang pada saat berbicara ditunjukkan dengan emoticon (simbol). Maka, kecenderungan pesan dapat disalah artikan (misinterpretation) dan dapat menimbulkan miss communication.

#### d. Hambatan Psikososial

Hambatan psikososial adalah hambatan yang paling berpengaruh dalam komunikasi antarpribadi (interpersonal) dimana kondisi emosi seseorang dapat menentukan apakah pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan dapat diterima dengan benar oleh penerima pesan sesuai dengan maksud yang ingin disampaikan (Kustanti, 2020:4).

## 2.4 Public Relation

### 2.4.1 Definisi Public Relation

Public Relation Manager adalah nama posisi pekerja dari suatu posisi pekerja dari suatu divisi di suatu lembaga, posisi ini wajib mengerjakan pekerjaan *PENCILS* yaitu seorang PR wajib mengerjakan pekerjaannya meliputi:

- a. Publikasi atau publisitas
- b. Event atau merencanakan acara
- c. News, menulis berita dari perspektif seorang Public Relation lembaga yang baik
- d. Community involvement
- e. Identity Media
- f. Lobbying
- g. Social Investment (Faustyna, 2022:27)

Public Relation merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah dan isu-isu manajemen (Soemirat & Ardianto, 2017:13).

Public Relation memiliki beberapa nama lain, tapi maknanya sama seperti *public affairs*, *corporate communications*, *public informations*, *corporate relations*, *corporate affairs*, dan *investor relations*. Nama nama lain PR pada sejumlah perusahaan dan asosiasi di Amerika tersebut kadangkala dihubungkan dengan periklanan, marketing, hubungan investor, dan hubungan karyawan. (Soemirat & Ardianto, 2017:5).

## **2.4.2 Fungsi Public Relation**

Peneliti menemukan artikel yang publish di jurnal terkait fungsi Public Relation terhadap internal lembaga lebih difokuskan pada pembentukan citra baik dimata *stakeholders* internal, seperti manajemen, pegawai dan dewan pengawas (Maulana & Afifi, 2021:149).

## **2.4.3 Tujuan Public Relation**

Peneliti memberikan suatu pengertian dari tujuan public relation di sebuah perusahaan adalah untuk membangun hubungan komunikasi yang baik dengan public internal maupun eksternal. Tujuan public relations diarahkan melalui dua macam tugas, yaitu di dalam dengan sebutan internal Public Relation dan di luar dengan sebutan eksternal Public Relations.

## **2.5. Komunikasi efektif**

### **2.5.1 Definisi Komunikasi Efektif**

Peneliti menemukan definisi Komunikasi efektif dari sebuah jurnal ilmiah yaitu komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang lain. Perubahan sikap ini biasanya terlihat pada proses maupun proses pasca komunikasi. Komunikasi yang efektif telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu. Komunikasi efektif dapat dilakukan dengan cara menghadirkan rasa keterbukaan, saling memahami dan membuka ruang dialog. Komunikasi efektif terjadi apabila suatu (pesan) yang diberitahukan komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi (Suprpto, 2018:5).

### **2.5.2 Karakteristik Komunikasi Efektif**

Bentuk dan karakteristik komunikasi efektif adalah mencakup komunikasi verbal efektif dan nonverbal efektif. Komunikasi verbal efektif mempunyai karakteristik jelas dan ringkas, perbendaharaan kata mudah dimengerti, mempunyai arti denotatif dan konotatif, intonasi mampu mempengaruhi isi pesan, kecepatan berbicara yang memiliki tempo dan jeda yang tepat serta ada unsur humor. Sedangkan komunikasi non verbal dapat disampaikan melalui beberapa cara yakni penampilan fisik, sikap, tubuh, dan cara berjalan, ekspresi wajah dan sentuhan (Hardiyanto & Pulungan , 2019:3).

### **2.6 Publik Internal**

Cutlip dan Center dalam (Defina, 2018:26) memberikan definisi Public Internal atau bisa disebut masyarakat internal atau karyawan merupakan sekelompok orang - orang yang sedang bekerja di suatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi, maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan yang dihadapinya. Karyawan terkait erat dengan status atau kedudukan yang saling berbeda satu dengan yang lain. Perbedaan lainnya dapat berupa tingkat kemampuan, pengalaman, pendidikan, pangkat, gaji, usia dan lain sebagainya.

Kegiatan internal public Relation tergolong dalam komunikasi internal. Sesuai dengan tujuan internal public Relation yakni membina hubungan yang harmonis antara publik yang ada di dalam organisasi/perusahaan, yaitu dengan cara membina komunikasi dua arah (antara pimpinan dan karyawan atau antara sesama karyawan) yang bersifat persuasif dan informatif, yang dapat dilaksanakan

dengan cara tertulis, yakni menggunakan surat-surat, papers, bulletin, brosur; dengan cara lisan, yakni mengadakan briefing, rapat-rapat, diskusi, gathering, kompetisi dengan sesama karyawan, penghargaan, ceramah dan dengan cara konseling, yakni dengan menyediakan beberapa anggota staf yang telah mendapat latihan atau pendidikan untuk memberikan nasehat-nasehat kepada para karyawan, turut memecahkan masalah-masalah pribadi mereka, atau mendiskusikannya bersama - sama (Defina, 2018:27).

Komunikasi Public Relation Internal dapat menjadi komunikasi yang efektif, apabila :

- a. Adanya keterbukaan manajemen perusahaan (open management system) terhadap para karyawannya
- b. Saling menghormati atau menghargai (mutual appreciation) antara satu sama lain, baik ia bertindak sebagai pimpinan maupun sebagai bawahan demi tercapainya tujuan utama perusahaan.
- c. Adanya kesadaran atau pengakuan dari pihak perusahaan akan nilai - nilai dari arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dengan para karyawannya.
- d. Keberadaan seorang Public Relations yang tidak hanya memiliki keterampilan dan berpengalaman sebagai seorang komunikator dan hingga mediator.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penulis menggunakan jenis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Karena penulis berusaha untuk mendeskripsikan hasil wawancara serta meninjau langsung ke lokasi Le Polonia Hotel Medan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat mengetahui model komunikasi Public Relation dalam komunikasi efektif Publik Internal.

Metode penelitian kualitatif dirancang dengan cara yang membantu mengungkapkan perilaku dan persepsi audiens target dengan mengacu pada topik tertentu. Hasil metode kualitatif lebih deskriptif dan kesimpulan dapat ditarik dengan cukup mudah dari data yang diperoleh. Metode penelitian kualitatif berasal dari ilmu sosial dan perilaku. Saat ini dunia kita lebih rumit dan sulit untuk memahami apa yang orang pikirkan dan rasakan. Terkait dengan metode penelitian, setiap peneliti perlu memahami perbedaan antara positivisme, post-positivisme, dan interpretivisme untuk membentuk keputusan penting tentang metode dan pendekatan yang digunakan oleh para peneliti (Hasibuan dkk, 2022:5).

Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif bertujuan

untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam Bertujuan untuk mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (*grounded theory*) dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi. Informan dalam metode kualitatif berkembang terus (*snowball*) secara bertujuan (*purposive*) sampai data yang dikumpulkan dianggap memuaskan atau jenuh (*redundancy*).

Langkah-langkah Penelitian Kualitatif Sebenarnya tidak ada langkah yang baku dalam penelitian kualitatif Karena langkah-langkahnya tidak linier seperti dalam penelitian kuantitatif, melainkan sirkuler sehingga dapat dimulai dari manapun Langkah-langkah penelitian kualitatif dapat dibagi atas:

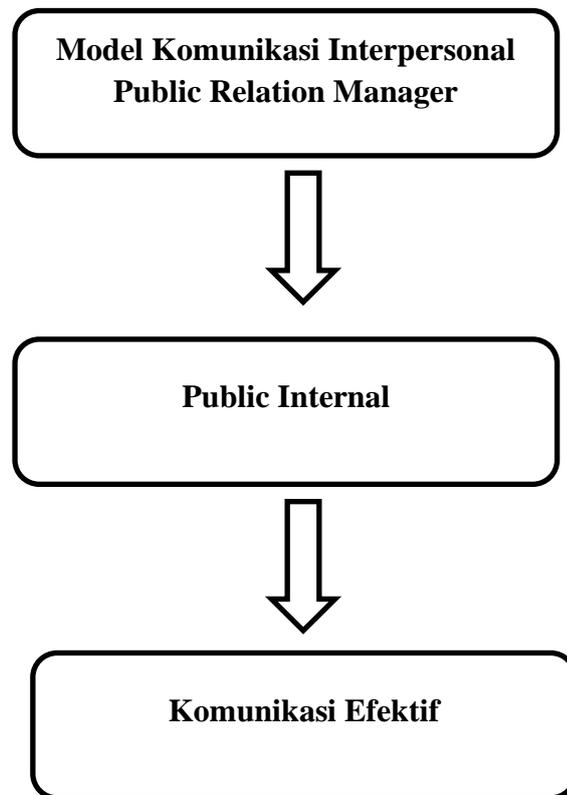
1. Orientasi atas bacaan
2. Wawancara ke lapangan
3. *Eksplorasi*: mengumpulkan data berdasarkan fokus penelitian yang sudah jelas
4. *Member check*: memeriksakan laporan sementara penelitiannya kepada informan atau kepada pembimbing (Gunawan, 2013:7).

### **3.2 Kerangka Konsep**

Penelitian hendaknya memiliki kerangka konseptual yang jelas. Ketidakjelasan konsep dalam suatu penelitian akan menimbulkan pengertian atau persepsi yang berbeda dengan yang dimaksud oleh peneliti. Oleh karena itu perlu kejelasan konsep yang dipakai dalam suatu penelitian. Konsep penelitian merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang perlu dirumuskan.

Dalam. merumuskan suatu pengertian kita harus dapat menjelaskan sesuai dengan maksud peneliti dalam memakainya (Samsuri, 2003:4).

Penelitian yang sederhana biasanya tidak diperlukan kerangka konseptual, sebagai gantinya adalah dengan definisi operasional atau penjelasan istilah, yaitu menerangkan tentang variable-variabel yang diteliti. Definisi atau konsep berfungsi untuk menyederhanakan pengertian atau ide-ide maupun gejala-gejala sosial yang digunakan agar orang yang membacanya dapat segera memahami maksud sesuai dengan maksud peneliti menggunakan konsep tersebut. Dengan jelasnya pernyataan konsep atau definisi istilah tersebut akan memperlancar komunikasi antara peneliti dengan pembaca yang ingin mengetahui isi penelitiannya. Dalam kerangka konseptual ini peneliti dapat menjelaskan konsep tersebut dengan kata-kata yang akan dipakai dalam penelitian sehingga pembaca dapat memahami sesuai dengan yang dimaksudkan oleh peneliti (Samsuri, 2003:5).



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

### 3.3 Definisi Konsep

Penulis mendefinisikan konsep adalah penjabaran atau penjelasan lebih lanjut dari kerangka konsep. Definisi konsep dalam kerangka konsep di atas yaitu:

- a) Model komunikasi interpersonal adalah cara komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Dengan adanya komunikasi manusia dapat berinteraksi secara efektif sehingga aktivitas yang sering dilakukan manusia bisa berjalan dengan baik, Komunikasi interpersonal merupakan suatu action oriented yang merupakan suatu tindakan yang

berorientasi pada tujuan tertentu. Dalam penelitian ini diharapkan komunikasi interpersonal yang disampaikan menghasilkan komunikasi yg efektif antara Public Relation dengan Publik internal

- b) Public Relation adalah nama posisi pekerja dari suatu posisi pekerja dari suatu divisi di suatu lembaga, dalam penelitian ini sebagai Public Relation di Le Polonia Hotel Medan adalah Marketing Komunikasi dan Human Resource.
- c) Publik Internal atau bisa disebut masyarakat internal atau karyawan merupakan sekelompok orang - orang yang sedang bekerja di suatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi, maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan yang dihadapinya. Karyawan terkait erat dengan status atau kedudukan yang saling berbeda satu dengan yang lain.
- d) Komunikasi efektif adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang lain. Perubahan sikap ini biasanya terlihat pada proses maupun proses pasca komunikasi. Komunikasi efektif terjadi apabila suatu (pesan) yang diberitahukan komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi antara Public Relation dengan Publik Internal.

### 3.4 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep	Indikator
1	Model Komunikasi Interpersonal Public Relation dan Publik Internal	- Cara Berkomunikasi - Keterbukaan
2	Komunikasi Efektif	- Komunikasi Verbal - Komunikasi Non Verbal

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

### 3.5 Informan

Peneliti sebelum melakukan wawancara memastikan bahwa calon informan adalah orang yang memiliki pengetahuan yang memadai tentang informasi-informasi yang anda butuhkan. Dengan kata lain, informasi- informasi mengenai bidang tertentu tentu saja harus ditanyakan pada narasumber yang menguasai bidang tersebut (Pujaastawa, 2016:5). Narasumber atau informan adalah orang yang ikut serta baik mewakili pribadi maupun suatu lembaga yang memberikan atau mengetahui secara jelas tentang suatu informasi atau menjadi sumber informasi, dimana para narasumber akan diminta untuk ikut penelitian dengan cara memberikan informasi mengenai objek yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan informan dalam penelitian ini yaitu divisi Marketing Komunikasi dan *Human Resource Development* sebagai Public Relation dengan beberapa karyawan sebagai Publik Internal.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti membuat tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dalam penelitian perlu dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga tingkat validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **1) Wawancara**

Wawancara adalah suatu proses komunikasi dengan tujuan yang serius dan ditetapkan lebih dulu yang dirancang untuk mempertukar perilaku dan melibatkan tanya jawab yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan. Untuk wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan informan di lingkungannya masing-masing. Wawancara akan dilakukan dengan informan yang dianggap kompeten dan mewakili. Pada teknik ini peneliti melakukannya agar mendapatkan dan mengetahui secara pasti data yang akan diperoleh, peneliti juga akan lebih banyak mendengarkan apa yang akan diceritakan oleh responden. Peneliti juga akan mengajukan berbagai pertanyaan yang terarah agar dapat mengetahui hasil dari penelitian tersebut (Indraswari & Martono, 2017:4).

#### **2) Observasi**

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja diadakan menggunakan alat indera terhadap kegiatan-kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi bertujuan untuk

memperoleh gambaran yang menjadi kekuatan dan kelemahannya. Pada lembar observasi, peneliti membuat hasil dari pengamatan yang dilakukan selama penelitian berlangsung. Observasi bisa diartikan sebagai “Pengamatan dan pencatatan secara sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti”. Dari pengertian tersebut dapat dikemukakan bahwa observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian secara cermat dan sistematis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi yang sistematis (Alfani, 2018:8).

### **3) Dokumentasi**

Dokumentasi adalah proses yang dilakukan secara sistematis mulai dari pengumpulan hingga pengelolaan data yang menghasilkan kumpulan dokumen, tanpa adanya dokumentasi, data tersebut tidak akan menjadi sebuah dokumen yang real (Prasetyo, 2017:3). Dokumentasi yang akan dilakukan adalah dengan gambar atau pengambilan foto, agar peneliti mengetahui keadaan aslinya, dan juga berfoto dengan narasumber menjadi bukti bahwa peneliti melakukan penelitian tersebut.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan bagian sangat penting dalam penelitian, karena dari analisis ini akan diperoleh temuan, baik temuan substantif maupun formal (Sugiyono, 2016:75). Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini secara kualitatif, dan data yang diperoleh melalui pengumpulan data kemudian akan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian yang dirumuskan sebelumnya. Data yang sudah didapatkan seperti hasil observasi, wawancara, dan hasil dokumentasi akan diuraikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif.

Langkah-langkah atau teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

**a) *Data Collecting* (Pengumpulan data)**

Penulis melakukan pengumpulan data-data yang diperlukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

**b) *Data Reduction* (Pemilihan Data)**

Semua data yang dikumpulkan dipilih antara yang relevan dan yang tidak relevan dalam penelitian.

**c) *Data Display* (Penampilan Data)**

Penulis menyajikan data dalam bentuk laporan secara sistematis dan mudah dibaca serta dipahami.

**d) *Conclusion* (Menarik Kesimpulan)**

Data relevan yang dikumpulkan dan ditampilkan tersebut, kemudian ditarik kesimpulan untuk memperoleh hasil akhir penelitian.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan hal yang penting dan syarat utama dalam melakukan penelitian. Penulis menentukan lokasi penelitian di Le Polonia Hotel Medan di Jalan Jendral Sudirman No. 14-18 Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara, (20152). Sementara untuk waktu penelitian akan dimulai pada tanggal 05 April 2023 sampai dengan Agustus 2023.

### **3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian**

#### **3.9.1 Sejarah Singkat Le Polonia Hotel Medan**

Hotel Polonia terletak di jantung kota Medan yang, berdiri dan mulai beroperasi pada tanggal 01 Juli 1977 di bawah pimpinan Bapak Boediman. Jumlah kamar pada saat itu adalah sebanyak 51 kamar. Memasuki tahun pertama berjalan operasional, Hotel Polonia menambah 12 kamar lagi sehingga berjumlah 63 kamar.

Mengimbangi maju pesatnya dunia kepariwisataan di tanah air, pada tahun 1979 Hotel Polonia mengadakan pengembangan sayap membangun gedung untuk menambah jumlah kamar. Pembangunan gedung ini sebagian kamarnya telah dapat dioperasikan pada tahun 1982, sedangkan operasional dengan 174 kamar baru dapat dioperasikan sepenuhnya pada tahun 1985.

Pada akhir tahun 1989, kemudi kepemimpinan Hotel Polonia diserahkan kepada Bapak Edwart Boediman yang merupakan putra sulung dari Bapak Boediman. Dengan kepemimpinan baru, Hotel Polonia mulai memasuki era komputerisasi menggunakan fasilitas komputer untuk operasionalnya.

Dalam mengendalikan dan melihat tantangan kedepannya, Pimpinan Hotel Polonia mengadakan renovasi untuk melengkapi seluruh fasilitas hotel sehingga Dirjen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Postel No.14/U/11/88 tanggal 28 Oktober 1994 menilai Hotel Polonia merupakan salah satu Hotel yang telah ditingkatkan standarnya dengan penambahan fasilitas dan ditetapkan sebagai Hotel berbintang 4 (empat).

Merasa fasilitas yang dimiliki masih kurang, pada tahun 1997 Hotel Polonia mengembangkan ekspansi pembangunan gedung ke Jalan H. Agus Salim dengan membangun Hall/gedung baru yang berfungsi sebagai ruang rapat, seminar dan pesta dengan kapasitas sampai dengan 1500 orang. *Hall* ini diberi nama Balai Rasa Sayang. Saat ini jumlah kamar yang ada di Le Polonia Hotel Medan sebanyak 239 kamar, dengan jumlah karyawan sebanyak 112 dari 8 departemen yang ada di Le Polonia Hotel Medan.

### **3.9.2 Visi dan Misi**

#### **A. Visi**

1. Menjadi pemimpin lokal dalam industri perhotelan serta layanan dan kualitas produk.
2. Menjadi hotel terbaik serta, menjaga standar, fasilitas, dan produk.
3. Menjadi hotel terbaik di antara pesaing langsungnya berdasarkan pasar aktual dan indeks penetrasi pasar.
4. Menjadi hotel yang terkenal dengan kualitas, pelayanan, dan nilai makanan terbaik.
5. Menjadi pilihan pertama untuk *wedding venue*, dan gathering.

#### **B. Misi**

1. Mempertahankan kinerja aktual tahun 2018 dengan memperkuat posisi pasar
2. Menciptakan target pasar baru berdasarkan wilayah untuk mendukung Sumatera Utara di pasar domestik bisnis korporasi

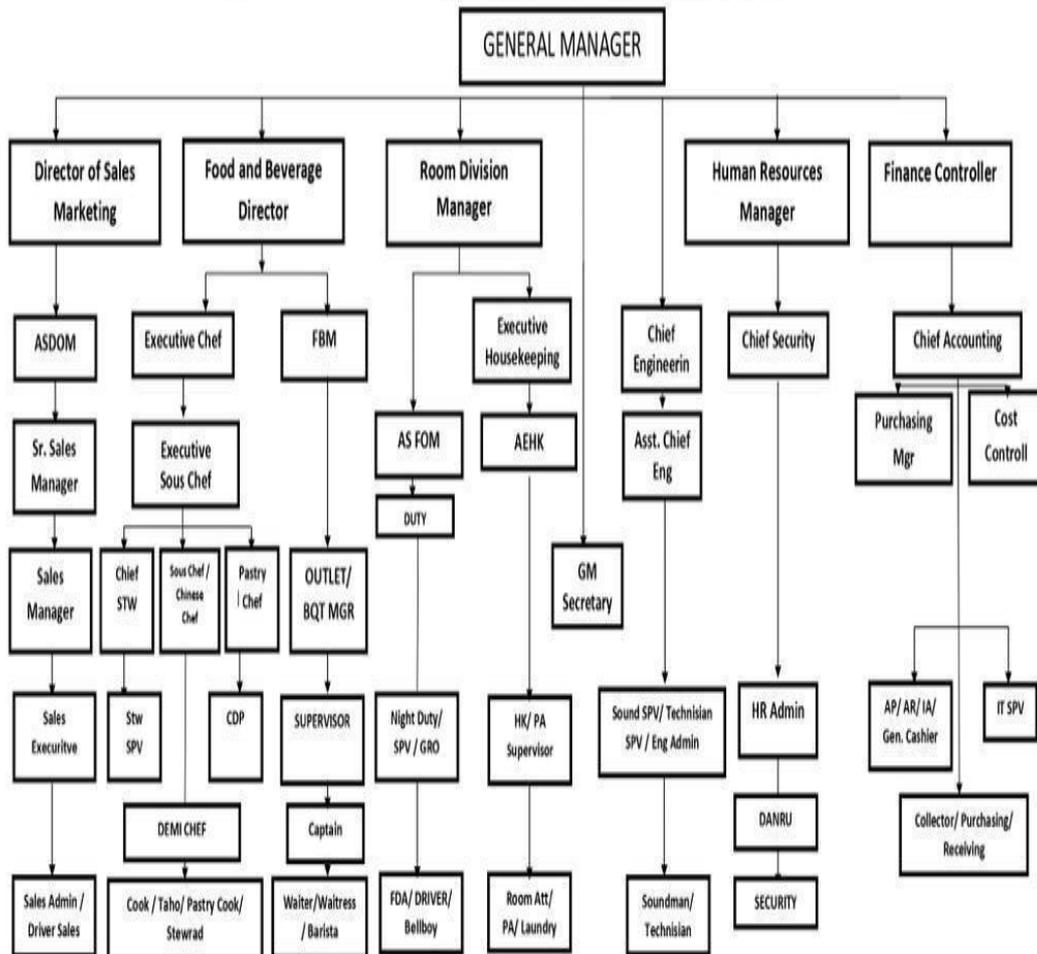
3. Mengembangkan pasar baru lainnya dari luar negeri khususnya Malaysia dan Thailand sebagai target tambahan.
4. Untuk meningkatkan volume bisnis di hari kerja dengan memperkuat pendekatan baru untuk rapat dan bisnis grup dengan memperkenalkan manfaat baru menginap di kamar.
5. Untuk memperkenalkan nilai dan manfaat Topotels.com
6. Meningkatkan atau mempertahankan kinerja hunian dengan memfokuskan manfaat menginap.

### **3.9.3 Struktur Organisasi**

Le Polonia Hotel Medan menggunakan struktur organisasi untuk dapat menunjang berbagai kegiatan yang berbeda-beda serta kompleks tetapi saling terkait antara satu sama lainnya dan juga memiliki banyak karyawan. Adapun struktur organisasi Le Polonia Hotel Medan dimana dalam pengelolaannya untuk mencapai efisien kerja, memudahkan koordinasi dan kerjasama terhadap pekerjaan dibagi menjadi beberapa departemen.

Pembagian departemen pada setiap hotel tidak berlaku sama, terkadang berbeda berdasarkan besar kecil atau jenis hotel serta sistem manajemen yang dipakai hotel tersebut. Di Le Polonia Hotel Medan terdapat beberapa departemen yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sesuai dengan tugasnya masing-masing.

# ORGANIZATION CHART 2021



Gambar 3.2 Struktur Organisasi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan pengumpulan data dengan mewawancarai narasumber dan juga dokumentasi dengan narasumber. Bab ini akan menyajikan dan membahas hasil penelitian dilapangan dengan metode pengumpulan data yang sudah disebutkan di bab sebelumnya.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber atau informan tentang bagaimana Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan, oleh karena itu peneliti harus menggali informasi agar mendapatkan hasil dari penelitian ini. Penelitian dengan deskriptif kualitatif bukan sebagaimana yang dipikirkan oleh penulis atau karangan yang ada di pikiran penulis, tetapi berdasarkan sesuatu dan realita yang terjadi dilapangan, dan yang dialami oleh informan.

Peneliti menemukan permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan. Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini dilakukan pada tanggal 03 Juli 2023 sampai dengan 05 Juli 2023 yang dilakukan di Le Polonia Hotel Medan Jalan Jendral Sudirman No. 14-18 Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara, (20152).

#### 4.1.1 Identitas Narasumber

Peneliti sudah mengumpulkan beberapa narasumber yaitu *Human Resource Development* sebagai *Public Relation* dengan beberapa karyawan sebagai *Public Internal* yang berada di Le Polonia Hotel Medan, beserta hasil wawancara mengenai Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan.

Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 1 (satu) orang *public relation* dan 5 (lima) orang karyawan yang memiliki jabatan penting di dalam suatu departemen dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Berikut identitas narasumber yang ada di Le Polonia Hotel Medan.

No	Nama	Inisial	Umur	Jabatan
1.	Evi Friyanti	EF	45	<i>Human Resource Development</i>
2.	Aisyah Amd. Ak	A	39	<i>Engineering Admin</i>
3.	Freddy Simanullang	FS	27	<i>Room Attendant/Housekeeping</i>
4.	Asmayadi	AS	44	<i>Security Guard</i>
5.	Nurul Hayati Siwala S. Ikom	NHS	32	<i>Sales Marketing</i>
6.	Mhd Fadillah	MF	27	<i>Pool Attendant</i>

Tabel 4.1 Identitas Narasumber

#### 4.1.2 Hasil Wawancara

Wawancara yang akan peneliti kemukakan tentang permasalahan yang sudah dijelaskan di bab 1, yaitu untuk mengetahui bagaimana Model Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan. Peneliti sudah mewawancarai narasumber sesuai kriteria yang terdapat pada subjek judul, yaitu 1 (satu) orang Human Resource Development sebagai *Public Relation* dan 5 (lima) orang karyawan sebagai *Public Internal* di Le Polonia Hotel Medan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan narasumber EF dan A pada hari Senin 03 Juli 2023, FS dan AS pada hari Selasa 04 Juli 2023, dan NHS dan MF pada hari Rabu 05 Juli 2023. Setelah melaksanakan penelitian, peneliti mendapatkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh *Human Resource Development* terhadap karyawan sudah tergolong baik. Begitu juga komunikasi antara karyawan terhadap *Human Resource Development*, komunikasi ke departemen lainnya.

Peneliti melihat secara langsung bagaimana Department *Human Resources Development* berkomunikasi dengan karyawannya. Komunikasi yang dilakukan begitu akrab seperti layaknya keluarga dekat. Peneliti juga mendapatkan bahwa *Human Resources Development* tidak memiliki batasan komunikasi terhadap karyawannya. *Human Resources Development* menjalin hubungan yang cukup baik terhadap seluruh karyawan Le Polonia Hotel Medan.

**Narasumber I Evi Friyanti (*Public Relation / Human Resource Development*)**

Saya selaku *Human Resource Development* di Le Polonia Hotel Medan, “Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih dan biasanya tidak diatur secara formal, komunikasi interpersonal juga bisa disebut sebagai komunikasi antar pribadi. Komunikasi antara *Public Relation* dengan *Public Internal* sangatlah penting. Narasumber EF mengatakan sering berkomunikasi dengan karyawan, mereka berhak mengeluhkan tentang pekerjaannya kepada saya. Dan antara saya dengan karyawan tidak memiliki batasan saat berkomunikasi, baik itu tentang ruang lingkup kerja maupun masalah pribadi yang lainnya. Saya sering mendorong, mendukung, dan merangkul karyawan untuk berkomunikasi kepada seluruh karyawan yang ada di sekitar perusahaan. Saya juga mendengarkan dan membangkitkan motivasi dan menggerakkan tim kerja untuk berpikir secara lebih kreatif dan strategis. Kita harus menghargai satu sama lain. Komunikasi yang efektif antara *Public Relation* dan *Public Internal* harus dijalin untuk meningkatkan kualitas kerja di Le Polonia Hotel Medan.”

Selanjutnya peneliti menanyakan kendala yang dihadapi saat berkomunikasi khususnya dalam komunikasi efektif dengan *public internal*. Dari hasil wawancara dengan EF, beliau mengatakan bahwa waktu menjadi kendala dalam efektivitas komunikasi interpersonal. Menurut beliau kendala tersebut muncul disebabkan oleh adanya shift kerja sebagian karyawan sehingga komunikasi interpersonal tidak dapat dilakukan secara tatap muka, terutama untuk karyawan yang kerja shift malam.

EF mengatakan komunikasi interpersonal dengan karyawan biasa dilakukan di ruangan *Human Resource Development* atau di ruangan meeting pada saat *meeting weekly, morning briefing. Human Resources Development* tidak membatasi karyawan untuk berkomunikasi. Pada saat jam istirahat kerja, karyawan sering berkomunikasi dengan rekan kerja, perbincangan tersebut seputar pekerjaan dan yang lainnya, karena pada saat jam istirahat karyawan bebas melakukan apapun selama tidak melanggar peraturan yang telah ditetapkan.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan lain tentang media apa yang Ibu gunakan dalam menunjang efektivitas komunikasi dengan *Public Internal*, Selain dengan *face to face* media lain yang digunakan adalah telepon dan *handy talking*, di setiap departemen juga terdapat grup whatsapp antara pimpinan perusahaan, pimpinan departemen dan juga seluruh karyawan yang bekerja di Le Polonia Hotel Medan. Selanjutnya peneliti bertanya apa dampak jika terjadi komunikasi yang kurang efektif antara Public Relation manager dengan Public Internal, narasumber EF menjawab tentu kualitas kerja karyawan akan mengalami penurunan dan sudah pasti berdampak terhadap pelayanan kerja di Le Polonia Hotel Medan.

#### **Narasumber II Aisyah Amd. Ak (*Public Internal/Engineering Admin*)**

Peneliti bertanya kepada narasumber A Menurut Bapak/Ibu sebagai public internal apakah cara menyampaikan informasi yang dilakukan oleh public relation sudah efektif. Narasumber A menjawab, “Menurut saya komunikasi/pesan yang disampaikan oleh *Public Internal* sejauh ini sudah

efektif, penyampaian pesan dari *Public Relation manager* juga dapat diterima dengan baik. *Human Resource Development* selaku *Public Relation* memiliki perhatian lebih kepada anggota/internal (karyawan). Jika karyawan memiliki keluhan tentang pekerjaan, biasanya *Human Resource Development* langsung menanggapi dan memberikan masukan terhadap keluhan tersebut”. Komunikasi yang efektif antara *Public Relation* dan *Public Internal* penting dilakukan agar menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) dan tidak terjadi kesalahpahaman (*miss komunikasi*). Hubungan komunikasi saya dengan *Human Resource Development* berjalan dengan lancar, Respon saya setelah berkomunikasi dengan *Human Resource Development* sangat baik, karena apa yang disampaikan oleh *Human Resource Development* menjadi masukan bagi saya untuk meningkatkan kualitas dan semangat kerja saya.

Peneliti bertanya kapan biasanya waktu yang tepat untuk Bapak/Ibu berkomunikasi dengan *Public Relation manager*, narasumber A menjawab saya berkomunikasi dengan *Human Resources Development* bisa kapan saja bahkan saat di luar jam kerja saya juga sering berkomunikasi dengan *Human Resources Development* baik itu membicarakan pekerjaan ataupun di luar pekerjaan. Tidak ada hambatan yang begitu berarti yang saya alami saat berkomunikasi dengan *Human Resources Development*.

### **Narasumber III Freddy Simanullang (*Public Internal/Housekeeping*)**

Peneliti bertanya kepada narasumber FS Menurut Bapak/Ibu sebagai *public internal* apakah cara menyampaikan informasi yang dilakukan oleh *public relation* sudah efektif. Narasumber FS menjawab efektif tidaknya komunikasi

yang dilakukan tergantung cara atau respon dari komunikan, biasanya saya sebagai komunikan menerima pesan yang disampaikan Public Relation dengan baik dan menurut saya cara yang dilakukan *Human Resources Development* dalam memberikan informasi mudah diterima dengan baik. Biasanya saya sering berkomunikasi dengan *Human Resources Development* via *online* melalui whatsapp, karena jam kerja saya lebih sering shift malam jadi tidak bisa bertatap muka langsung dengan *Human Resources Development*.

Selanjutnya peneliti bertanya adakah hambatan pada saat berkomunikasi dengan *Public Relation*, narasumber FS menjawab hambatannya kalau berkomunikasi via *online* terkadang koneksi atau sinyal internet tidak stabil sehingga menghambat proses penyampaian pesan.

#### **Narasumber IV Asmayadi (*Public Internal/Security Guard*)**

Peneliti bertanya kepada narasumber AS Menurut Bapak sebagai public internal apakah cara menyampaikan informasi yang dilakukan oleh public relation sudah efektif. Menurut narasumber AS sebagai salah satu *security guard*, “komunikasi yang dilakukan oleh *Human Resources Development* sudah cukup efektif, karena komunikasi yang dilakukan lebih sering secara langsung atau *face to face*. Karena dengan berkomunikasi secara langsung atau *face to face* saya sebagai komunikan lebih memahami maksud dan tujuan dari informasi yang disampaikan.”

Selanjutnya peneliti bertanya kepada narasumber AS Bagaimana respon bapak/ sebagai public internal setelah mendapatkan informasi dari *Human Resources Development*, narasumber AS menjawab respon saya positif karena

apa yang disampaikan oleh *Human Resources Development* berpengaruh terhadap kinerja dari setiap *public internal* karena *Human Resources Development* yang menaungi sumber daya manusia yang ada di Le Polonia Hotel Medan. Biasanya saya berkomunikasi dengan *Public Relation manager* pada saat *morning briefing* dan di saat *meeting* mingguan ataupun bulanan.

Peneliti bertanya apakah ada hambatan bapak sebagai *security guard* dalam berkomunikasi dengan *Public Relation manager*, narasumber AS menjawab tidak ada hambatan yang begitu berarti *Human Resources Development* sangat terbuka untuk berdiskusi membahas tentang kinerja karyawan. Menurut narasumber AS dampak jika komunikasi interpersonal antara karyawan dan *Public Relation manager* tidak efektif akan menimbulkan kesalahpahaman atau *miscommunication*.

**Narasumber V Nurul Hayati Siwala S.Ikom (*Public Internal/Sales Marketing*)**

Peneliti bertanya kepada narasumber NHS menurut ibu sebagai *public internal* apakah cara menyampaikan informasi yang dilakukan oleh *public relation* sudah efektif. Menurut narasumber NHS “komunikasi interpersonal saya dengan *Public Relation manager* cukup baik, cara yang disampaikan *Human Resources Development* sejauh ini sangat efektif. *Human Resources Development* cepat dan tanggap dalam memberikan informasi, kata-kata yang disampaikan saat berkomunikasi juga mudah dimengerti. Saya sebagai *sales marketing* sangat sering berkomunikasi dengan *Human Resources Development* di wilayah hotel maupun di luar wilayah hotel pada saat *sales blitz*”.

Selanjutnya peneliti bertanya apakah ada hambatan itu saat berkomunikasi dengan *public relation*, narasumber NHS menjawab hambatannya mungkin pada saat berkomunikasi via aplikasi zoom *meeting* kendalanya sinyal atau jaringan internet yang tidak stabil. Pertanyaan berikutnya peneliti bertanya Apa dampak jika komunikasi interpersonal antara *public relation manager* dengan *public internal* kurang efektif, narasumber NHS menjawab dampaknya pesan atau informasi yang disampaikan tidak bisa direspon atau diterima dengan baik, adanya kesalahpahaman yang berpengaruh terhadap kinerja dari *public internal*.

#### **Narasumber VI Mhd Fadillah (*Public Internal/Pool Attendant*)**

Peneliti bertanya kepada narasumber MF sebagai *public internal*, apakah cara menyampaikan informasi yang dilakukan oleh *public relation* sudah efektif. Narasumber MF menjawab “saya jarang berkomunikasi secara langsung atau secara tatap muka dengan *Human Resource Development* dikarenakan *shift* atau jam kerja saya lebih sering di malam hari, komunikasi yang saya lakukan biasanya melalui whatsapp *messenger* secara personal maupun grup. Walaupun melalui whatsapp *Human Resource Development* sangat cepat memberikan informasi dan merespon setiap pesan yang saya kirimkan. Saya merespon setiap pesan masuk atau informasi yang diberikan oleh *Human Resource Development* tentang semangat kerja dari setiap karyawan yang ada di Le Polonia Hotel Medan ”

Menurut narasumber MF “komunikasi yang efektif antara *Human Resource Development* dan karyawan sangat penting dilakukan, karena segala

urusan sumber daya manusia yang ada di perusahaan departemen *Human Resource Development* yang mengurusnya, termasuk urusan surat menyurat dan hak gaji karyawan. Karena saya lebih sering bekerja di *shift* malam biasanya saya berkomunikasi dengan *Human Resource Development* di jam kerja antara pukul 08:00-17:00 wib. Untuk hambatan saat berkomunikasi dengan *Human Resource Development* secara *face to face* adalah kendala waktu perbedaan jam kerja saya dengan *Human Resource Development*. Peneliti bertanya dampak jika komunikasi interpersonal antara public relation manager dengan public internal kurang efektif menyebabkan terjadinya kesalahpahaman”.

#### **4.2 Pembahasan**

Setelah melakukan penulisan hasil penelitian, maka peneliti akan melakukan pembahasan penelitian terhadap Model Komunikasi Interpersonal Public Relation Dalam Komunikasi Efektif Public Internal di Le Polonia hotel Medan, maka menghasilkan pembahasan sebagai berikut:

*Public relation manager* merupakan salah satu fungsi penting di dalam perusahaan, terutama dalam hal berkomunikasi dengan publik internal mengenai informasi dan pesan-pesan tertentu dari organisasi, salah satu aspek penting public internal dari public relation adalah komunikasi efektif. Di dalam komunikasi internal, *public relation* bertanggung jawab untuk menjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan karyawan atau *public internal*, tidak hanya itu *public internal* juga terlibat dalam proses komunikasi interpersonal.

Peran *public relation* di suatu perusahaan dapat disebut sebagai

komunikator utama dalam penyampaian pesan kepada *public internal*. Untuk mencapai efektivitas atau kegiatan sebuah komunikasi *public relation* mempunyai caranya sendiri untuk menyampaikan pesan, *Human Resource Development* sebagai *public relation* di Le Polonia Hotel Medan tidak memiliki batasan komunikasi terhadap karyawan atau *public internal*. Komunikasi yang dilakukan antara *public relation* dan *public internal* begitu akrab seperti layaknya keluarga dekat.

Model komunikasi di dalam suatu perusahaan merupakan bagian dari komunikasi interpersonal. Dari hasil penelitian ini ada dua model komunikasi yang dikemukakan oleh (Liliweri, 2020:2) dan diterapkan oleh *public relation* dalam komunikasi efektif *public internal* di Le Polonia Hotel Medan, yaitu Model Lasswell dan Model S-R (*stimulus respon*). Model komunikasi milik Lasswell bersifat linier atau satu arah. Model yang dikembangkan Lasswell ini termasuk model komunikasi tertua yang masih digunakan hingga saat ini.

Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini mulai dari EF sebagai *Human Resource Development (public relation)* dan kelima narasumber A, FS, AS, NHS, dan MF sebagai *public internal* mempunyai respon yang ada di dalam Model Lasswell yaitu komunikasi dalam ungkapan *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* atau dalam bahasa Indonesia adalah, siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, pengaruh apa. *Who* menjadi pihak yang mengeluarkan dan menyeleksi berita, *says what* adalah bahan untuk menganalisa pesan itu. *In which channel* adalah media. *To whom* adalah khalayak. Dan *with what effect* adalah pengaruh yang diciptakan pesan dari

media massa kepada pembaca, pendengar, dan pemirsa.

Model S-R (*stimulus respon*), model ini merupakan model yang paling dasar dalam ilmu komunikasi. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai sebuah proses aksi reaksi. Model ini merupakan proses perpindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat berupa timbal balik dan mempunyai efek yang banyak. Setiap efek dapat merubah perilaku dari komunikasi berikutnya. Manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar ( *stimulus* ), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemauan bebasnya (Liliwari, 2020:2).

Pendekatan model komunikasi tersebut dilakukan melalui karakteristik komunikasi interpersonal Richard L. Weaver dalam (Fensi, 2018:13) memberi karakteristik khas pada komunikasi interpersonal yaitu melibatkan paling sedikit dua orang, adanya feedback/kilas balik spontan, dan menghasilkan beberapa efek. *Human Resource Development* melakukan proses komunikasi interpersonal dengan komunikasi tatap muka, zoom meeting dan juga melalui grup whatsapp terkait program dan kebijakan hotel.

Peneliti menemukan tujuan dari komunikasi interpersonal antara *Public Relation* dan *Public Internal* seperti yang dikemukakan oleh (Pontoh, 2013:3) yaitu:

- a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain, Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain.
- b. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis, Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah

membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.

- c. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi. Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (miscommunication) dan salah interpretasi (mis interpretation) yang terjadi antara sumber dan penerima pesan.

Peneliti juga menemukan komunikasi yang efektif antara *Public Relation* dengan *Public Internal* berdasarkan definisi komunikasi efektif yang dikemukakan oleh (Suprpto, 2018:5) Komunikasi yang efektif telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu. Komunikasi efektif dapat dilakukan dengan cara menghadirkan rasa keterbukaan, saling memahami dan membuka ruang dialog. Komunikasi efektif terjadi apabila suatu (pesan) yang diberitahukan komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil dari penelitian ini adalah Model Lasswell dan Model S-R (*Stimulus Respon*) menjadi model yang dikemukakan narasumber terbukti dari hasil wawancara dan pembahasan narasumber mempunyai respon yang ada di dalam Model Lasswell yaitu komunikasi dalam ungkapan *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* atau dalam bahasa Indonesia adalah, siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, pengaruh apa. Model S-R merupakan proses perpindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat berupa timbal balik dan mempunyai efek yang banyak. Setiap efek dapat merubah perilaku dari komunikasi yang terjadi antara *Public Relation* dan *Public Internal*.
2. Hasil dari penelitian juga memenuhi karakteristik komunikasi interpersonal yaitu melibatkan paling sedikit dua orang, adanya feedback/kilas balik spontan, dan menghasilkan beberapa efek. Dengan tujuan komunikasi interpersonal yaitu mengungkapkan perhatian kepada orang lain, membangun dan memelihara hubungan yang harmonis, dan menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi.
3. Hasil dari penelitian yang terakhir juga menemukan komunikasi yang efektif antara *Public Relation* dengan *Public Internal* yaitu Komunikasi

efektif terjadi apabila suatu (pesan) yang diberitahukan komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran dapat penulis berikan adalah:

1. Hasil penelitian model komunikasi interpersonal *Public Relation* dalam komunikasi efektif *Public Internal* ini semoga dapat membantu peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi atau perbandingan untuk penelitian.
2. Komunikasi Interpersonal *Public Relation* dengan *Public Internal* harus terus ditingkatkan, karena komunikasi antara *Public Relation* dengan *Public Internal* sangatlah penting guna mencapai kesuksesan organisasi (perusahaan).
3. Diharapkan komunikasi yang efektif harus tetap terjaga dan terus ditingkatkan antara *Public Relation* dengan *Public Internal*.

## Daftar Pustaka

- Alfani, M. H. (2018). Analisis Pengaruh Quality of Work Life (Qwl) Terhadap Kinerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Bank Bri Syariah Cabang Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–13. [https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1\(1\).2039](https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1(1).2039)
- Aselina, T. E. (2019). *Komunikasi internal organisasi*. Deepublish.
- Defina, R. (2018). *Kegiatan Internal Public Relation Dalam Meningkatkan Sense of Belonging Pada*. 1–73.
- Faustyna. (2022). *Komunikasi krisis di masapanedmi covid-19 pada pengembangan wisata "pasar kamu"* (Rudianto & Santoso (eds.); 2022nd ed.). UMSU Press. <http://umsupress.umsu.ac.id/>
- Fensi, F. (2018). Membangun Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dengan Anak Dalam Keluarga. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 1(1), 47–55. <https://doi.org/10.30813/jpk.v1i1.1005>
- Gunawan, I. (2013). KUALITATIF Imam Gunawan. *Pendidikan*, 143. [http://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/3\\_Metpen-Kualitatif.pdf](http://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/3_Metpen-Kualitatif.pdf)
- Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (2019). Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 30–39. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i1.2694>
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). *Tahta Media Group*.
- Indraswari, G. R., & Martono, S. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Impuls Buying Dengan Gender Sebagai Variabel Dummy. *Management Analysis Journal*, 5(2), 116–122.
- Kustanti, M. C. (2020). Hambatan Komunikasi Interpersonal pada Physical Distancing di Situasi Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 57–64. <http://proceedings.ideaspublishing.co.id/index.php/hardiknas/article/view/9>
- Liliwari, A. (2020). Makalah Model-model Komunikasi. *Ilmu Komunikasi*, 13(6), 1–11. <https://osf.io/a2wfe/download>
- Maulana, S., & Afifi, S. (2021). *Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam Analysis of the Role and Function of Public Relations at Islamic Education Institutions. 1*, 147–162.
- Pontoh, W. P. (2013). PERANAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL GURU DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN ANAK (Studi pada Guru-

- guru di TK Santa Lucia Tuminting). *Jurnal Komunikasi*, 21(2), 318.  
<https://doaj.org>
- Prasetyo, E. (2017). Sistem Informasi Dokumentasi dan Kearsipan Berbasis Client-Server Pada Bank Sumsel Babel Cabang Sekayu. *Jurnal Teknik Informatika Politeknik Sekayu*, 7(2), 1–10.  
<http://jurnal.polsky.ac.id/index.php/tips/article/download/101/97/>
- Pujaastawa, I. B. G. (2016). Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi. *Universitas Udayana*, 4.  
[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf)
- Rizky, R. N., & Moulita. (2017). Penanaman Nilai-Nilai Islam Melalui Komunikasi Interpersonal Orang Tua Pada Anak. *Jurnal Interaksi*, 1(2), 206–219.
- Rustan, S. ahmad. (2017). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI* (2017th ed.). Deepublish.
- Samsuri, T. (2003). Kajian Teori , Kerangka Konsep Dan Hipotesis dalam Penelitian. *KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS DALAM PENELITIAN*, 1–7. [http://repository.unp.ac.id/1656/1/TJEJEP\\_SAMSURI\\_209\\_03.pdf](http://repository.unp.ac.id/1656/1/TJEJEP_SAMSURI_209_03.pdf)
- Soemirat, & Ardianto. (2017). *Dasar Dasar Public Relations*. PT. Remaja ROSDAKARYA.
- Sugiyono. (2016). Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. *Analisis Data Kualitatif*, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Suparmo, L. (2020). *Sistem Manajemen Komunikasi* (Revisi,202). Simbiosis Rekatama Media.
- Suprpto, H. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Hasil Belajar Kewirausahaan Mahasiswa. *Lectura : Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.31849/lectura.v9i1.913>

## DOKUMENTASI



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Narasumber I  
Siti Evi Friyanti (*Public Relation/Human Resource Development*)



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Narasumber II  
Aisyah Amd.Ak (*Engineering Admin/Public Internal*)



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Narasumber III  
Freddy Simanullang (*Housekeeping/Public Internal*)



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Narasumber IV  
Asmayadi (*Security Guard/Public Internal*)



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Narasumber V  
Nurul Hayati Siwala S. Ikom (*Sales Marketing/Public Internal*)



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Narasumber VI  
Mhd Fadillah (*Pool Attendant/Public Internal*)



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Kita menjangkau masa di era digital dengan kecerdasan dan tanggungjawab

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAH-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> | [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) | [fumsumedan](#) | [umsumedan](#) | [umsumedan](#) | [umsumedan](#)

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 12 Maret 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Edvin Aditya Pradana  
N P M : 1903110050  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tabungan sks : 1900 sks, IP Kumulatif 3.50

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Model Komunikasi Interpersonal Public Relation dalam Komunikasi efektif Public internal di Le Polonia Hotel Medan	<u>✓</u> 4 April 2023
2	Peran Komunikasi Organisasi Pimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan Le Polonia Hotel Medan	
3	Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Hotel Le Polonia Medan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

124.19.311

Pemohon

(Edvin Aditya Pradana)

Rekomendasi Ketua Program Studi :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 5 April 2023  
Ketua,

(Akhyar Anshori S.Sos.M.Kom)  
NIDN. 0127048401

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Fauzyna)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK.KP/PT/XX/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
Nomor : 594/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 04 April 2023, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **EDVIN ADITYA PRADANA**  
N P M : 1903110058  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023  
Judul Skripsi : **MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL PUBLIC RELATION  
DALAM KOMUNIKASI EFEKTIF PUBLIC INTERNAL DI LE  
POLONIA HOTEL MEDAN**

Pembimbing : **Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 124.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 04 April 2024.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 14 Ramadhan 1444 H  
05 April 2023 M

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan-I



**Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.**  
NIDN. 0111117804



**Tembusan :**

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK-KP/PT/01/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
@fkip.umusu.ac.id #fkip@umsu.ac.id fumsuumsu umsmedan umsmedan umsmedan umsmedan

Sk-3

**PERMOHONAN  
SEMINAR PROFOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth. Medan, .....20....

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Edvin Aditya Pradana  
N P M : 1903110058  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal ..... dengan judul sebagai berikut :

Model Komunikasi Interpersonal Public Relation  
dalam komunikasi efektif Public Internal  
di Le Polonia Hotel Medan

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menvetujui :  
Pembimbing  
(Dr. Faustika)  
NIDN: 1261 27401

Pemohon,  
(Edvin Aditya Pradana)





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 963/JUND/III.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Rabu, 14 Juni 2023  
Waktu : 08.30 WIB s.d. selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2  
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

SK-4

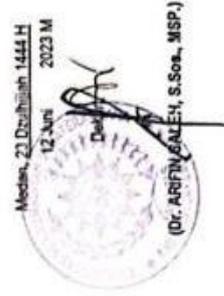


Nc.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEMANGGAP	PEMESIBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	D.W. ADF	1503110118	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA BERBASIS KEARIFAN BI DAYA LOKAL DALAM RANGKA PENGEMBANGAN GIANT HILL CIRCUIT
12	PCTRI NINGSIH	1503110055	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PENJUAL PAKAAN DI PASAR TRADISIONAL PULO BRAYAN DALAM MENINGKATKAN NIAT BELI KONSUMEN
13	AFFAN FAUZA I	1503110249	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS WACANA JOKOWI 3 PERIODE DI KANAL YOUTUBE PODCAST DEDDY CORBUZIER
14	EDWI ADITYA PRADIA	1503110058	H. RAHMATI GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL PUBLIC RELATION DALAM KOMUNIKASI EFEKTIF PUBLIC INTERNAL DI LE POLONA HOTEL MEDAN
15	INDAH LESTARI LUBIS	1503110215	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	FADHLI PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS IKATWI KALUMIBU BATANG NATAL DALAM MEMPERJAHANKAN SOLIDARITAS DI KOTA MEDAN

Medan, 21 Desember 1444 H

12 Juni 2023 M

12 Juni 2023 M





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Misi: Meningkatkan kualitas keajaiban Berkeadilan  
Wawasan dan Tanggungjawab

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fisp.umsu.ac.id> [fisp@umsu.ac.id](mailto:fisp@umsu.ac.id) [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.tiktok.com/umsuamedan)

Nomor : 1091/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023  
Lampiran : --  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 03 Dzulhijjah 1444 H  
22 Juni 2023 M

Kepada Yth : HRD Le Polonia Hotel Medan  
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : **EDVIN ADITYA PRADANA**  
N P M : 1903110058  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2022/2023  
Judul Skripsi : **MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL PUBLIC RELATION  
DALAM KOMUNIKASI EFEKTIF PUBLIC INTERNAL DI LE  
POLONIA HOTEL MEDAN**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.



An.Dekan,  
Wakil Dekan - I

*Abd*  
**Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom.**  
NIDN : 01 11 117804



Medan, 7 Juli 2023

No : P-03-2/SK-HRD/7/23/025  
Lamp : -  
Hal : Surat Balasan Izin Penelitian Mahasiswa

Kepada Yth :

Dekan Fisip UMSU  
Di Tempat

Dengan Hormat,

Bersama dengan surat ini kami Management Le Polonia Hotel & Convention Managed By Topotels menyampaikan bahwa perihal permohonan Riset/ Penelitian atas Mahasiswa a/n :

NO	Nama	NIM	Program Studi
1.	<i>Edvin Aditya Pradana</i>	1903110058	Ilmu Komunikasi

yang berjudul " Model Komunikasi Interpersonal Public Relation dalam Komunikasi Efektif Public Internal di Le Polonia Hotel Medan" dapat kami setuju dengan catatan bahwa Mahasiswa tersebut harus memenuhi segala Peraturan dan Norma yang berlaku di Le Polonia Hotel

Demikianlah surat ini diperbuat agar dapat di pergunakan seperlunya, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Hormat saya,



Supratman  
Human Resources Manager



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMPGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
 Dit. 10/05/2019  
 Nomor dan tanggalnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PTXU/2022  
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20233 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
 Website: <http://fkip.umsu.ac.id> Email: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id) Facebook: [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) Instagram: [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) Twitter: [umsu.medan](https://twitter.com/umsu.medan)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Edvin Aditya Pradano  
 NPM : 1903110058  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : Model Komunikasi Public Relation Dalam Komunikasi Efektif Public Internal di Le Polonia Hotel Medan

No.	Tanggal	Kegiatan/Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	04-04-2023	Acc Judul skripsi	ty
2.	10-04-2023	Bimbingan Proposal	ty
3.	18-04-2023	Revisi Proposal	ty
4.	01-06-2023	Acc Seminar Proposal	ty
5.	19-06-2023	Bimbingan Draft Wawancara	ty
6.	20-06-2023	Acc Draft Wawancara	ty
7.	28-07-2023	Bimbingan skripsi	ty
8.	31-07-2023	Revisi skripsi	ty
9.	08-08-2023	Acc Skripsi	ty

Medan, ... 8. Agustus ... 2023.

Dekan,  
  
 Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.Pd  
 NIDN : 0030017402

Ketua Program Studi,  
  
 Aktar Anshori S.Sos, M.Kom  
 NIDN : 0127048401

Pembimbing,  
  
 Dr. Fauzan S.Sos, M.Hum, M.Hk  
 NIDN : 0126127401





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI  
Nomor : 1553/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023  
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Tim PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
16	PUTRI NABILA	1903110332	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	POLA PENYIARAN RADIO BOSS FM DALAM MENARIK MINAT DENGAR KALANGAN ANAK MUDA DI KOTA PEMANGTANG SIANTAR
17	PUTRI NINGSIH	1903110055	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PENJUAL PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL PULO BRAYAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
18	INDAH LESTARI LUBIS	1603110215	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS IKATAN KAUM IBU BATANG NATAL DALAM MEMPERTAHANKAN SOLIDARITAS DI KOTA MEDAN
19	ASYIATUN RODHIAH	1903110220	Dr. MUHAMMAD SAID HAPAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	RAHMANITA GINTING, M.A., Ph.D.	EFEKTIVITAS KEPIMPINAN DAN GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KABUPATEN BATU BARA
20	EDWIN ADITYA PRADANA	1903110058	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL PUBLIC RELATION DALAM KOMUNIKASI EFEKTIF PUBLIC INTERNAL DI LE POLONIA HOTEL MEDAN

Medan, 04 Safar 1445 H  
21 Agustus 2023 M

Notulis Sidang :  
1.  
Dijelapkan oleh :  
Rektor  
Wakil Rektor I

Panitia Ujian  
Sekretaris

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Data Pribadi

Nama : Edvin Aditya Pradana  
Tempat / Tanggal Lahir : Candi Rejo, 06 Oktober 2000  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Dusun II Sepakat No.172, Desa Candi Rejo  
Email : [edvinadityapradana@gmail.com](mailto:edvinadityapradana@gmail.com)

### Pendidikan Formal

2005-2007 : TK Kartika 1-17 Yon Armed 2/105  
2007-2012 : SD Negeri 101808 Candi Rejo  
2012-2015 : SMP Negeri 1 Delitua  
2015-2018 : SMA Negeri 13 Medan  
2019-2023 : Strata-1 Ilmu Komunikasi FISIP UMSU