

LAPORAN
KULIAH KERJA LAPANGAN
**AKTIVITAS HUBUNGAN KARYAWAN DI THE ALANA HOTEL &
CONVENTION CENTER YOGYAKARTA**



Oleh:

Chikana Prahesti

130904907

Konsentrasi Studi: *Public Relations*

Dosen Pembimbing:

Nobertus Ribut Santoso, M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan

Dengan Judul:

**AKTIVITAS HUBUNGAN KARYAWAN DI THE ALANA HOTEL &
CONVENTION CENTER YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Chikana Prahesti

13 09 04907

Diajukan guna melengkapi syarat-syarat kelulusan jenjang kuliah Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Studi *Public Relations*

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Nobertus Ribut Santoso, M.A

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan

Dengan Judul:

**AKTIVITAS HUBUNGAN KARYAWAN DI THE ALANA HOTEL &
CONVENTION CENTER YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Chikana Prahesti

13 09 04907

Telah diuji dan dilaksanakan pada:

Hari, tanggal : Jumat, 31 Maret 2017

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Atma Jaya Yogyakarta

Mengetahui,

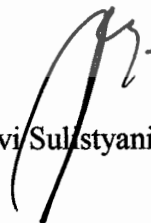
Penguji I



Nobertus Ribut Santoso, M.A



Penguji II



Ike Devi Sulstyaningsih, M. Si

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chikana Prahesti

NPM : 130904907

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini, benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 3 Maret 2017



Chikana Prahesti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas ijin dan berkatNya penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan dengan judul “Aktivitas Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta”.

Laporan ini penulis buat sebagai bentuk akhir dari pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan sebagai salah satu mata kuliah wajib untuk menyelesaikan gelar strata-1. Penulis tidak bisa menyelesaikan laporan ini dengan baik tanpa bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada;

1. Nobertus Ribut Santoso, M.A, selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingan, masukan, dan dukungan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan Kuliah Kerja Lapangan.
2. Wiwied Widyastuti, selaku *Public Relations Manager* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, terimakasih atas kesempatan yang diberikan, bimbingan, dan masukan yang diberikan kepada penulis selama menjalankan Kuliah Kerja Lapangan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.
3. Tim *Sales & Marketing Departement* dan seluruh karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, terimakasih atas bimbingan dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama

menjalankan Kuliah Kerja Lapangan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

4. I Made Widiada dan Fransisca Dewi Setyaningsih, selaku orangtua, terimakasih atas kasih sayang, dukungan, dan nasehat yang telah diberikan kepada penulis.
5. Putu Anjasrana dan Made Utari Prabesti, selaku kakak kandung, terimakasih atas dukungan dan saran yang diberikan kepada penulis.
6. Nehemia Martua Saragih, terimakasih atas waktu, dukungan, bantuan, semangat, dan hiburan yang diberikan kepada penulis.
7. Yoshanta Epifani, Inriyati Lestari Handayani Sagala, dan Olyvia Cindy Sawbunga, terimakasih atas segala bentuk dukungan, semangat, masukan, dan hiburan yang diberikan kepada penulis .
8. Teman-teman bimbingan dan teman-teman penulis lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan saran yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan rekan-rekan dapat memberikan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan laporan ini, dan penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan pembaca.

Yogyakarta, 3 Maret 2017



Chikana Prahesti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v-vi
DAFTAR ISI	vii-ix
DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1-7
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan KKL.....	8
D. Manfaat KKL.....	8
E. Kerangka Teori	8
1. Definisi <i>Public Relations</i>	8-10
2. Publik.....	11
3. Karyawan	12
4. Hubungan Karyawan	12-18
BAB II DESKRIPSI OBJEK KKL	19
A. Sejarah Perusahaan	19-20
B. Profil, Visi Misi, dan Logo Perusahaan.....	20-23
C. Nilai Organisasi	24

D. Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	24-35
E. Karyawan	35
BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN HASIL KKL	36
A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL	36
1. Konsep <i>Public Relations</i> di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.....	36-37
2. Konsep Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.....	37-38
3. Kosep Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.....	38-39
4. Aktivitas Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta	39-59
B. Deskripsi Kerja Mahasiswa	59
1. Keterlibatan dalam Kegiatan Hubungan Karyawan	60-62
2. Keterlibatan dalam Kegiatan Lainnya	62-73
C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL	73
1. Analisis Konsep <i>Public Relations</i> di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta	73-75
2. Analisis Konsep Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.....	75-76
3. Analisis Kosep Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta	76-78
4. Analisis Aktivitas Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta	78-85

BAB IV PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	86-88
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89-90



DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Bagan 2.1 Struktur organisasi	25
Bagan 2.2 Struktur Organisasi <i>Sales & Marketing Departement</i>	26
Tabel 3.1 Keterlibatan HRD dan PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam Aktivitas Hubungan Karyawan	57-58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.	23
Gambar 3.1 <i>The best employee of the year 2015</i>	44
Gambar 3.2 Perlombaan karyawan dalam memeriahkan hari Kemerdekaan.	48
Gambar 3.3 Kegiatan pengajian	50
Gambar 3.4 Papan pengumuman untuk karyawan	55
Gambar 3.5 <i>Cooking Class Batch #6</i>	65
Gambar 3.6 Suasana kegiatan <i>coloring competition for kids</i>	67
Gambar 3.7 <i>Launching promo Jimbaran Seefood Night Market</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan KKL dari The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.
2. Lembar Penilaian Fakultas.
3. Lembar Kegiatan Harian.
4. Sertifikat KKL.
5. Lembar Penilaian The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.
6. Portofolio Karya:
 - a. *Press Release*: The Alana Yogyakarta Adakan Lomba Mewarnai.
 - b. *Press Release*: The Alana Yogyakarta Adakan Color Fun Bike 2016.
 - c. *Press Release*: The Alana Yogyakarta Gelar Hi Tea Fashion Show.
 - d. *Press Release*: Kids Spooky Halloween The Alana Yogyakarta.
 - e. *Press Release*: Nikmati Makan Malam dengan Nuansa Halloween di The Alana Yogyakarta.
 - f. *Press Release*: Pajero Owner Club Adakan Jambore di The Alana Yogyakarta.
7. Dokumentasi Keterlibatan Mahasiswa.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Public relations secara umum merupakan bagian yang mengelola dan menjaga citra perusahaan dimata publik. *Public relations* merupakan salah satu bagian yang terpenting dari suatu perusahaan maupun lembaga profit atau non-profit karena *public relations* memiliki peran dan fungsi yang sangat luas dalam suatu perusahaan. Definisi dari *public relations* adalah;

“*Public relations* adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, menetapkan, dan memelihara hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi” (Cutlip, Center, & Broom , 1985, p. 4).

Berdasarkan definisi tersebut dapat dilihat bahwa *public relations* memiliki peranan yang cukup besar dalam perusahaan. *Public relations* dapat dikatakan sebagai tangan kanan perusahaan karena, *public relations* melakukan manajemen komunikasi dengan berbagai pihak yang menjadi publik atau *stakeholder* perusahaan. Manajemen komunikasi dilakukan bukan hanya sekedar untuk menjalin maupun menjaga hubungan perusahaan dengan *stakeholder*, melainkan juga bertujuan untuk membentuk dan menjaga citra maupun reputasi perusahaan.

Public relations memiliki tanggung jawab yang besar dalam pekerjaannya untuk tetap bisa menjaga citra perusahaan di mata publik. Perusahaan dalam kondisi apapun termasuk dalam kondisi krisis, *public relations* harus tetap mampu untuk menjaga citra perusahaan yang baik. Maka dari itu seorang praktisi *public relations* perlu melakukan manajemen komunikasi dengan sebaik-baiknya kepada publik internal maupun eksternal, guna tetap menjaga relasi, citra, dan reputasi perusahaan.

Publik merupakan sekelompok orang yang memiliki kepentingan dengan suatu organisasi dan dapat berkaitan dengan isu yang ada. Publik dapat dibedakan menjadi dua, yaitu publik internal dan publik eksternal. Adanya publik internal dan publik eksternal dalam perusahaan, penulis berasumsi bahwa praktisi *public relations* harus memosisikan dirinya berada di tengah-tengah perusahaan dan kedua publik tersebut. *Public relations* dalam halnya menjalin komunikasi, ia berperan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan publiknya baik ke dalam maupun ke luar (BisnisIndeks, 2010, p. 100). *Public relations* menjembatani antara perusahaan dengan publiknya baik internal maupun eksternal untuk berkomunikasi maupun menyampaikan informasi, begitupun sebaliknya publik dapat menyampaikan apapun kepada perusahaan dengan melalui praktisi *public relations*. Sebagai jembatan komunikasi, *public relations* dapat mengetahui apa yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan guna untuk menjaga hubungan baik dengan publik yang mempengaruhi kehidupan dan perkembangan perusahaan.

Banyak aktivitas yang dilakukan oleh praktisi *public relations* dalam membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan publik yang berpengaruh terhadap kehidupan dan kesuksesan perusahaan. Aktivitas yang dilakukan bukan hanya sekedar bertemu dengan orang-orang penting perusahaan maupun mengirim *release* ke media. Tetapi banyak aktivitas yang selama ini orang luar tidak mengetahui namun dilakukan oleh *public relations*, dan tentunya aktivitas yang dilakukan berhubungan dengan perusahaan dan *stakeholder* atau publik yang memiliki kepentingan dengan perusahaan.

Salah satu publik yang memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan adalah karyawan, yang mana karyawan memiliki peran penting bagi keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan (Djati & Ferrinadewi, 2004, p. 1). Karyawan merupakan orang yang berkerja dalam suatu perusahaan dan membantu perusahaan dalam kemajuan perusahaan serta dalam mencapai tujuan. Keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari campur tangan maupun hasil kerja dari pihak internal perusahaan. Sebagai perusahaan yang baik, menjaga hubungan antara perusahaan dengan karyawan sangatlah penting dan perlu diperhatikan. Penulis berasumsi bahwa hal ini diperlukan untuk mempertahankan karyawan dan menjaga karyawan untuk tetap melakukan kewajibannya dalam mendukung perusahaan untuk mencapai tujuan.

Menjaga hubungan dengan karyawan, perusahaan dapat melakukan beberapa hal seperti menjalin dan menjaga komunikasi yang baik dengan para karyawan. Komunikasi adalah hal utama yang perlu diperhatikan, melalui

komunikasi manajemen dengan karyawan dapat saling mengetahui dan memahami apa yang terjadi pada internal perusahaan. Menjaga hubungan dengan karyawan bukan hanya dilakukan dengan komunikasi secara terus menerus namun, perusahaan juga dapat membuat suatu program karyawan yang kiranya dapat mendekatkan karyawan dengan karyawan lainnya maupun antara perusahaan dengan karyawan.

Kegiatan untuk menjaga hubungan perusahaan dengan karyawan dikenal dengan *employee relation* (hubungan karyawan). Hubungan karyawan merupakan;

“Kegiatan untuk menjaga dan meningkatkan komunikasi antara perusahaan dengan karyawan untuk menciptakan komunikasi vertikal dan horizontal yang terbuka, yang mana kegiatan tersebut dapat merangsang kreatifitas dan produktifitas, serta meningkatkan dukungan karyawan kepada tim manajemen” (Hardiman, 2006, p. 37).

Kegiatan hubungan karyawan juga dapat diartikan sebagai kegiatan pengelolaan sumber daya manusia dalam perusahaan, yang mana pengelolaan tersebut bertujuan untuk menjaga karyawan untuk tetap bertahan dengan perusahaan, menjaga loyalitas karyawan, dan juga kepercayaan karyawan terhadap perusahaan dan tim manajemen. Definisi hubungan karyawan di atas dapat diartikan sebagai, bagaimana suatu perusahaan dapat menjaga hubungan dan komunikasi dengan karyawan melalui kegiatan hubungan internal yang dirancang dengan strategi tertentu, yang mana strategi tersebut akan menjadi suatu program hubungan karyawan yang dapat membantu dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Komunikasi yang baik antara karyawan dengan perusahaan adalah dengan adanya transparansi atau keterbukaan. Penulis berasumsi dengan adanya keterbukaan dalam komunikasi, maka perusahaan akan lebih memahami bagaimana kondisi karyawannya begitupun sebaliknya antara karyawan dengan perusahaan. *Public relations* dapat menjadi fasilitator dalam hal ini, menjadi jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publik internalnya. Sehingga akan tercipta komunikasi dua arah antara perusahaan maupun tim manajemen perusahaan dengan karyawan. Seperti penjelasan dalam definisi hubungan karyawan dari Hardiman (2006, p. 37) yang menyatakan menciptakan komunikasi vertikal dan horizontal yang terbuka, komunikasi yang merupakan bagian dari hubungan karyawan dengan adanya keterbukaan maka perusahaan akan lebih memahami karyawannya dan dapat dengan mudah untuk merancang program internal sebagai kegiatan hubungan karyawan. Sehingga kegiatan hubungan karyawan yang sudah dirancang akan berhasil untuk merealisasikan atau mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

Aktivitas hubungan karyawan tidak hanya dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang institusi, media, maupun perusahaan nonprofit, namun aktivitas hubungan karyawan juga dilaksanakan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang perhotelan. Sebuah hotel tentunya memiliki karyawan yang cukup banyak baik karyawan *front office* maupun *back office*, oleh sebab itu perhotelan pun perlu mengadakan aktivitas hubungan karyawan untuk menjaga hubungan yang baik dan dapat meningkatkan semangat kerja maupun loyalitas karyawan terhadap hotel

tempat ia bekerja. Salah satu hotel yang menjalankan aktivitas hubungan karyawan adalah The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta adalah sebuah properti dengan konsep kondotel yang menyediakan jasa penginapan berupa kamar dengan berbagai fasilitas seperti *meetings, incentives, conferences, dan exhibition*. Letak dari The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta berada di lahan perbukitan yang menyajikan pemandangan Gunung Merapi, dan juga dekat dengan pusat perbelanjaan.

Menjadi hotel berbintang empat, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta tentunya selalu ingin menampilkan dan memberikan fasilitas yang terbaik kepada publiknya baik kepada konsumen, mitra kerja, maupun kepada karyawan. Bagian HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengatakan bahwa, jumlah karyawan ada sebanyak 200 orang secara keseluruhan. Namun jumlah karyawan tersebut tidak termasuk karyawan *trainee* maupun karyawan *casual* karena, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta banyak menerima karyawan *trainee* dan *casual* yang berasal dari Universitas dan sekolah perhotelan di Yogyakarta. Meskipun begitu The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta tetap menjaga baik hubungannya dengan para karyawan melalui aktivitas hubungan karyawan. Hal tersebut dilakukan selain untuk menjaga hubungan baik antara manajemen dan karyawan juga dilakukan untuk menjaga citra yang sudah dibentuk kepada karyawannya.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perhotelan dan sebagai tempat di mana penulis telah melaksanakan program KKL, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta sangat memperhatikan sumber daya manusia yaitu karyawan, sebagai bagian internal perusahaan yang mana karyawan akan mendukung dan mempengaruhi kegiatan serta kehidupan perusahaan. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjalankan aktivitas hubungan karyawan melalui beberapa program kegiatan hubungan karyawan yang dijalankan oleh *public relations* dan HRD. Adanya kegiatan hubungan karyawan juga akan meningkatkan semangat kerja karyawan dan meningkatkan performa maupun kinerja karyawan.

Pada pelaksanaan program KKL yang telah dilaksanakan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, penulis telah mendapatkan informasi dan data terkait aktivitas hubungan karyawan yang dilakukan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Aktivitas hubungan karyawan yang dilaksanakan seperti pemberian pelatihan, penghargaan karyawan, maupun kegiatan perayaan hari-hari tertentu. Pemaparan secara lebih jelas mengenai aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta penulis jelaskan pada bagian selanjutnya dalam laporan KKL ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan atas latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam KKL ini adalah: “Bagaimana aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta?”.

C. Tujuan Kuliah Kerja Lapangan

Untuk mengetahui aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

D. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan

1. Manfaat Akademik:

Menambah wawasan maupun ilmu *public relations* kepada akademisi terkait dengan aktivitas hubungan karyawan yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang perhotelan.

2. Manfaat Praktis:

Dapat mengetahui dan terjun langsung ke dunia kerja khususnya dalam praktek *public relations*, serta dapat menyumbangkan saran atau ide kepada perusahaan terkait praktek *public relations*.

E. Kerangka Teori

1. Definisi *Public Relations*

Public relations secara umum dapat diartikan sebagai suatu hubungan yang dikelola dalam komunikasi antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya. *Public relations* tidak terlepas dari komunikasi dua arah yang diciptakan, komunikasi sangat penting mengingat bahwa *public relations* memiliki cakupan yang cukup luas. Banyak para ahli yang mendefinisikan *public relations*, diantaranya adalah:

a. IPRA/*International Public Relations Association*

mendefinisikan *public relations* sebagai berikut;

“PR adalah fungsi manajemen dari ciri-ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau negara dengan tujuan untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari publik atau mungkin ada hubungannya dengan penulisan opini publik di antara mereka” (Ardianto, 2014, p. 10).

b. J.C. Seidel mendefinisikan *public relations* sebagai;

“Suatu proses berkelanjutan dari usaha-usaha manajemen yang telah dilaksanakan untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari karyawan, pelanggan, dan publik yang lebih luas, ke dalam mengadakan analisis, seadngkan ke luar memberikan pernyataan-pernyataan” (Ardianto, 2014, p. 9).

c. Cutlip, Center, & Broom (1985, p. 4) menjelaskan bahwa;

“*Public relations* adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, menetapkan, dan memelihara hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi”.

d. Baskin, Aronoff, & Lattimore (1997, p. 5) mendefinisikan

public relations sebagai berikut:

“*Public relations is a management function that helps achieve organizational objectives, define philosophy, and facilitate organizational change. Public relations practitioners communicate with all relevant internal and external publics to develop positive relationships and to create consistency between organizational goals and societal expectations. Public relations practitioners develop, execute, and evaluate organizational programs that promote the exchange of influence and understanding among an organization’s constituent parts and publics*”.

Berdasarkan beberapa definisi yang sudah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa *public relations* merupakan suatu kegiatan yang

terorganisir dan dilakukan untuk menjalin maupun mengelola hubungan suatu perusahaan dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternal yang akan mempengaruhi kehidupan dan perkembangan perusahaan. Definisi *public relations* sendiri secara keseluruhan memiliki arti sebagai, aktivitas komunikasi, mengelola opini publik, sebagai fungsi manajemen perusahaan, tangan kanan perusahaan, maupun menjalankan kegiatan hubungan internal dan eksternal.

Public relations sebagai fungsi manajemen menjelaskan bahwa bagaimana praktisi *public relations* dapat mengatur strategi yang terorganisir agar publik dapat menerima perusahaan dengan baik. *Public relations* memiliki posisi yang cukup penting dalam perusahaan karena, *public relations* itu sendiri menjadi bagian yang akan berperan dalam menjaga hubungan maupun membentuk citra baik perusahaan di mata publik.

Menjalin dan mengelola hubungan dengan publik internal maupun eksternal perusahaan, dibutuhkan komunikasi dua arah yang mendukung hubungan tersebut. Komunikasi dua arah dibutuhkan dengan adanya *feedback* antara perusahaan dengan publiknya. Sehingga dengan begitu melalui *public relations*, perusahaan akan mengetahui bagaimana caranya untuk menghadapi publik ketika perusahaan tersebut berada dalam suatu masalah maupun tidak.

2. Publik

Publik dan organisasi memiliki hubungan yang saling ketergantungan, yang mana organisasi atau perusahaan membutuhkan publik untuk mendukung kehidupan dan kemajuan perusahaan. Begitu juga dengan publik, mereka memiliki kepentingan dengan perusahaan yang dirasa dapat memberikan keuntungan baginya. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui dan menyadari akan pentingnya membina hubungan publik dengan baik.

“Publik adalah *a group of people who face a common issue*” (Kriyantono, 2012, p. 231). Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan yang dimaksud dengan publik adalah sekelompok orang yang menghadapi masalah umum atau isu. Pendapat lain menyatakan bahwa “publik adalah kelompok orang-orang yang memiliki interaksi atau berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal” (Ardianto, 2014, p. 118). Publik dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu, publik internal dan publik eksternal. Publik internal merupakan sekelompok orang yang berada di dalam lingkungan perusahaan seperti, karyawan dan investor/pemegang saham. Sedangkan publik eksternal merupakan sekelompok orang yang berkepentingan dengan perusahaan yang berada di luar lingkungan perusahaan seperti, pelanggan, komunitas, pemerintah, dan media. Baik publik internal maupun eksternal kedua publik ini akan membawa pengaruh bagi perusahaan dan begitu juga sebaliknya.

3. Karyawan

Karyawan merupakan publik internal perusahaan, karyawan dapat dikatakan sebagai bagian yang penting dari suatu perusahaan karena, karyawan akan mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Karyawan akan bekerja untuk perusahaan yang mana kinerja karyawan akan mempengaruhi pencapaian perusahaan tersebut.

Karyawan dapat didefinisikan sebagai orang yang bekerja untuk suatu organisasi atau perusahaan dan mendukung perusahaan untuk mencapai tujuannya. Arti karyawan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapatkan gaji. Karyawan dapat dibedakan menjadi karyawan tetap dan karyawan kontrak. Karyawan tetap perusahaan merupakan mereka yang sudah lama bekerja di perusahaan tersebut, dan sebelumnya sudah pernah menjadi karyawan kontrak yang kemudian diangkat menjadi karyawan tetap. Berbeda dengan karyawan kontrak yang masih terikat dengan waktu atau masa kerja tertentu. Namun, tidak menutup kemungkinan karyawan kontrak tersebut akan diangkat menjadi karyawan tetap perusahaan.

4. Hubungan Karyawan

Employee relation (hubungan karyawan) merupakan suatu kegiatan internal perusahaan yang dilakukan dengan menyoal karyawan perusahaan sebagai target sasarannya. Ahmad & Hermawan menjelaskan

“hubungan karyawan merupakan hubungan kerja sama antara semua pihak yang berada dalam proses produksi di suatu perusahaan” (2012, p. 107).

Definisi lainnya menjelaskan bahwa;

“Hubungan karyawan adalah kegiatan untuk membina serta meningkatkan komunikasi di dalam perusahaan untuk menciptakan komunikasi vertikal dan horizontal yang terbuka, yang mana hal ini dapat merangsang kreativitas dan produktivitas, dan meningkatkan dukungan kepada tim manajemen” (Hardiman, 2006, p. 37).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan karyawan merupakan suatu kegiatan internal yang dirancang sebagai teknis atau media komunikasi kepada karyawan, yang mana kegiatan tersebut dapat merangsang peningkatan kinerja karyawan dan dukungannya kepada perusahaan. Hubungan karyawan merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk tetap bisa menjaga dan mempertahankan karyawan, selain itu juga menjaga hubungan baik antara perusahaan dan karyawan. Kegiatan hubungan karyawan bukanlah hanya untuk menjaga hubungan perusahaan dengan para karyawannya namun, digunakan juga sebagai sarana untuk menjaga hubungan antarpekerja baik itu karyawan, manajerial, maupun manajemen sehingga dapat meningkatkan kinerja tim perusahaan.

Maksud dan tujuan adanya kegiatan hubungan karyawan dalam perusahaan yang dilakukan oleh *public relations* berbeda dengan HRD (*Human Resources Development*) dalam halnya mengelola sumber daya manusia perusahaan.

“Kegiatan hubungan karyawan dalam aspek *public relation* tidak terlepas dari pembentukan citra dan reputasi perusahaan di mata karyawan sebagai publik internal perusahaan, sedangkan HRD lebih berorientasi pada pengembangan karier karyawan perusahaan” (Ardianto, 2014, p. 99).

Terlepas dari hal itu, kegiatan hubungan karyawan juga bertujuan untuk menjadi media atau sarana komunikasi karyawan. Karyawan akan semakin mudah untuk mengkomunikasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan ketika perusahaan tersebut menyediakan media komunikasi untuk karyawannya. Kegiatan hubungan karyawan dapat menjadi wadah atau jembatan komunikasi yang dapat digunakan karyawan untuk menyampaikan keluhan, saran, maupun keinginan.

Komunikasi yang terjalin dalam hubungan karyawan merupakan komunikasi internal, yang mana melalui hubungan karyawan perusahaan dapat menjaga dan meningkatkan komunikasi yang berlangsung dalam perusahaan. Komunikasi internal dapat diartikan sebagai komunikasi yang terjalin dalam lingkungan internal perusahaan, yaitu komunikasi antar karyawan, atau atasan dengan karyawan. “Komunikasi internal dapat dibagi menjadi tiga yaitu, *downward*, *upward*, dan *sideways*” (Munshi, 1995, p. 84). Komunikasi internal *downward* merupakan komunikasi dari atas ke bawah seperti, kebijakan perusahaan atau memberikan pengumuman kepada karyawan. *Upward* merupakan komunikasi internal yang mengarah keatas atau dari bawah ke atas seperti, laporan karyawan kepada atasan. Sedangkan komunikasi internal *sideways* merupakan komunikasi yang terjadi dengan divisi yang beda *line*.

Sebagai bentuk komunikasi internal, dengan adanya hubungan karyawan maka akan membantu dalam menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan karyawan. Hubungan karyawan dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dua arah yang efektif karena, melalui kegiatan hubungan karyawan akan muncul suatu keterbukaan antara perusahaan dengan karyawan maupun antara karyawan dengan karyawan lainnya. Moore menjelaskan bahwa;

“Kegagalan yang serius dalam komunikasi karyawan akan menciptakan kelambanan karyawan, ketidakefisienan, produktivitas menurun, semangat kerja menurun, mungkin timbul pemogokan, serta masalah lain yang menimbulkan dan merugikan organisasi, lembaga atau perusahaan, misalnya penjualan produk jasa menurun, keuntungan berkurang, juga citra dan reputasi menjadi negatif” (Ardianto, 2014, p. 100).

Oleh karena itu mengapa di sini kegiatan hubungan karyawan sangat dibutuhkan untuk mendukung dan menunjang komunikasi internal. Selain itu mengimplementasikan hubungan karyawan kepada karyawan perusahaan dapat meningkatkan loyalitas karyawan dengan perusahaan. Karyawan akan loyal kepada perusahaan ketika karyawan merasa apa yang diinginkan sudah terpenuhi oleh perusahaan.

Kegiatan hubungan karyawan yang merupakan suatu program internal dirancang dengan menggunakan suatu strategi tertentu. Menurut Ruslan ada beberapa macam bentuk program hubungan karyawan yang dapat dilaksanakan, antara lain (2005, p. 273-274):

a. Program Pendidikan dan Pelatihan

Perusahaan akan memberikan suatu pendidikan dan pelatihan kepada para karyawan, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kerja, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan. Melalui pelatihan yang diberikan oleh perusahaan, secara langsung perusahaan juga ingin meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan keterampilan karyawannya, serta dengan kualitas dan kuantitas yang meningkat pula.

b. Program Motivasi Kerja Berprestasi

Program ini biasanya dikenal dengan nama *Achievment Motivation Training (AMT)*, melalui pelatihan tersebut perusahaan mengharapkan adanya motivasi kerja karyawan yang tinggi. Tujuannya dengan motivasi kerja yang tinggi maka, karyawan akan menciptakan suatu prestasi kerja dan disiplin kerja sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai tingkat produktivitas yang tinggi.

c. Program Penghargaan

Perusahaan akan memberikan penghargaan atau *reward* kepada para karyawan yang berprestasi. Hal ini dimaksudkan untuk menunjukkan rasa peduli perusahaan kepada karyawan, sehingga

dengan begini karyawan akan merasa dihargai oleh perusahaan dan loyalitas mereka kepada perusahaan akan bertambah.

d. Program Acara Khusus

Perusahaan akan merancang suatu kegiatan khusus diluar kegiatan pekerjaan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama antara karyawan dan pimpinan. Kegiatan ini bisa memanfaatkan hari-hari khusus seperti, peringatan hari buruh, ulang tahun perusahaan, ataupun hari raya. Melalui kegiatan ini diharapkan tidak ada jarak antara karyawan dengan pimpinan. Kegiatan yang dilakukan biasanya berupa kumpul bareng, ulang tahun perusahaan, maupun liburan bersama.

e. Program Komunikasi Internal

Program komunikasi internal dapat memudahkan proses komunikasi dan menciptakan komunikasi yang baik serta harmonis, hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan media yang tepat dan sesuai dengan target sasaran. Biasanya media yang digunakan adalah *news release*, majalah perusahaan, dan buletin. Namun, tidak menutup kemungkinan media yang digunakan disesuaikan dengan target maupun perkembangan teknologi saat ini. Program ini dirancang untuk mempermudah perusahaan atau tim manajemen dalam memberikan informasi terkait perusahaan dan pekerjaan

kepada karyawan, selain itu juga karyawan dipermudah untuk berkomunikasi melalui media tersebut.

Melalui program-program tersebut *public relations* dapat menunjukkan kepedulian perusahaan kepada karyawannya. Sehingga karyawan dapat dengan mudah untuk berkomunikasi dalam lingkungan perusahaan dalam menyampaikan pesan, saran, keinginan, atau keluhan. Perusahaan juga dapat dengan mudah mengetahui keinginan karyawan dan menangani keluhan karyawan dengan cepat, serta dapat menjaga citra dan reputasi perusahaan di mata karyawannya.

Keberhasilan dari hubungan karyawan dapat dilihat dari adanya perubahan pada diri karyawan. Artinya, terdapat perubahan sikap karyawan menjadi lebih baik. Baik dalam bidang pekerjaan, loyalitasnya kepada perusahaan, kepercayaan yang dimiliki, maupun adanya prestasi yang ditunjukkan. Serta hubungan karyawan dalam suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas ketika adanya keterbukaan dalam lingkungan perusahaan maupun komunikasi yang terjalin. Melalui keterbukaan tersebut maka perusahaan akan memberikan kepercayaannya secara penuh kepada karyawan dan begitupun sebaliknya, sehingga karyawan bekerja dengan sungguh-sungguh dalam mendukung perusahaan dan akan mempermudah perusahaan beserta tim dalam mencapai tujuannya.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK KKL

A. Sejarah Perusahaan

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta adalah salah satu hotel yang berada dalam perusahaan Archipelago International. Archipelago International merupakan perusahaan besar yang bergerak dalam bidang perhotelan, *resorts*, dan *residences*. Berdasarkan pada informasi yang diambil dari *website* resmi Archipelago International, Archipelago International adalah operator terbesar di Indonesia dari *hotels*, *condotels*, *resorts*, *serviced suited*, dan *brand residences*, yang memiliki lebih dari 15.000 kamar dan *apartments* di bawah manajemen pemilik properti di Indonesia, Malaysia, dan Philipina (Archipelago International, 2016). Banyak hotel terutama di Indonesia yang bergabung dalam Archipelago International diantaranya adalah, Grand Aston, Royal Alana, Royal Kamuela, Aston, Alana, Kamuela, Harper, Aston City, Aston Inn, Neo+, Quest Hotel, Quest Vibe, Neo, dan Fave Hotel (Archipelago International, 2016).

Hotel-hotel yang termasuk dalam Archipelago International berada di seluruh kota Indonesia dan juga di luar negeri seperti Philipina dan Malaysia. The Alana yang merupakan salah satu hotel Archipelago International berada di tiga kota Indonesia yaitu, Surabaya, Solo, dan Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

merupakan The Alana ketiga yang di *launching* setelah kota Surabaya dan Solo dan mulai diresmikan pada tanggal 26 Februari 2015. Saat pertama kali diresmikan, kamar yang tersedia di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta hanya tipe *deluxe room*. Setelah melakukan proses penyempurnaan bangunan, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mampu mengoperasikan seluruh fasilitas hotel yang disediakan.

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta merupakan bukan satu-satunya hotel besar di Yogyakarta dan termasuk hotel baru di Yogyakarta, banyak kompetitor-kompetitor yang bermunculan baik itu hotel kecil maupun hotel besar yang setara dengannya. Seiring dengan berjalannya waktu The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta kini sudah banyak dikenal orang baik di Yogyakarta maupun di luar kota, banyak *event-event* besar yang diselenggarakan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, mengingat bahwa The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta merupakan hotel yang memiliki *ballroom* terbesar di Yogyakarta (Lanang, 2016, p. 4).

B. Profil, Visi Misi, dan Logo Perusahaan

1. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Alamat : Kawasan Mataram City

Jln. Palagan Tentara Pelajar Km. 7 Sleman,
Yogyakarta

Mengacu pada informasi yang ada dalam *website* The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta terletak di lokasi yang strategis di kawasan terpadu Mataram City yang dekat dengan tempat-tempat wisata di Yogyakarta (The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, 2016). 30 menit dari Bandara Adisucipto Yogyakarta, 30 menit menuju pusat perbelanjaan Malioboro, Tugu Yogyakarta, Candi Prambanan, Keraton Yogyakarta, dan hanya 60 menit menuju Candi Borobudur.

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dibangun dengan konsep sebuah kondotel, yang mana kondotel merupakan singkatan dari kondominium dan hotel. Mengusung konsep berupa "*Baroque era concept with traditional essence*", The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki 264 kamar, termasuk kamar *suites* dengan beberapa tipe kamar yang berbeda (The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, 2016). The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mendekorasi kamar yang dimiliki dengan desain kontemporer yang mengusung tradisi Jawa. Selain itu The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki 10 ruangan pertemuan dan *ballroom* dengan kapasitas 3.000 orang yang dapat digunakan untuk pertemuan dan penyelenggaraan acara dengan skala besar (The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, 2016). Beberapa fasilitas juga disediakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta untuk para *customers* seperti, *coffee shop* dan *lounge*, kolam renang *outdoor*,

spa, dan *gym*. Selain itu berada di kawasan Mataram City, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dapat melengkapi fasilitasnya dengan adanya City Walk yang merupakan area semi *outdoor* yang dilengkapi dengan gerai-gerai pertokoan seperti *barbershop*, *travel agent*, kedai makanan dan minuman, dan juga pusat oleh-oleh.

2. Visi Misi Perusahaan

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki visi dan misi yang mengacu pada visi dan misi Archipelago International, adapun visi dan misi tersebut sebagai berikut (Archipelago International, 2016):

Visi:

“To be universally recognized as the preferred hospitality company in Asia for guests, owners and employees”.

Misi:

“Exceeding guest expectations in all our hotels, helping our staff develop their careers while supporting owners in designing, creating and successfully operating a “best in class” hotel that they can be proud of”.

3. Logo Perusahaan



The Alana
HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BY ASTON

Gambar 2.1 Logo The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

(Sumber: The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

Logo The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menggunakan nama hotelnya sendiri yaitu “The Alana”, dengan diikuti “Hotel & Convention Center – Yogyakarta by Aston” di bagian bawahnya. Nama The Alana diambil dari kata *Hawaiian* yang artinya kebangkitan, adil, dan indah (Lanang, 2016, p. 6). Warna yang digunakan pada logo adalah warna merah maroon yang merepresentasikan elegan, klasik, anggun, dan atraktif. Warna yang dipilih sebagai warna logo sesuai dengan identitas yang ingin ditampilkan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta yaitu hotel mewah berbintang empat yang klasik dengan kontemporer tradisi Jawa.

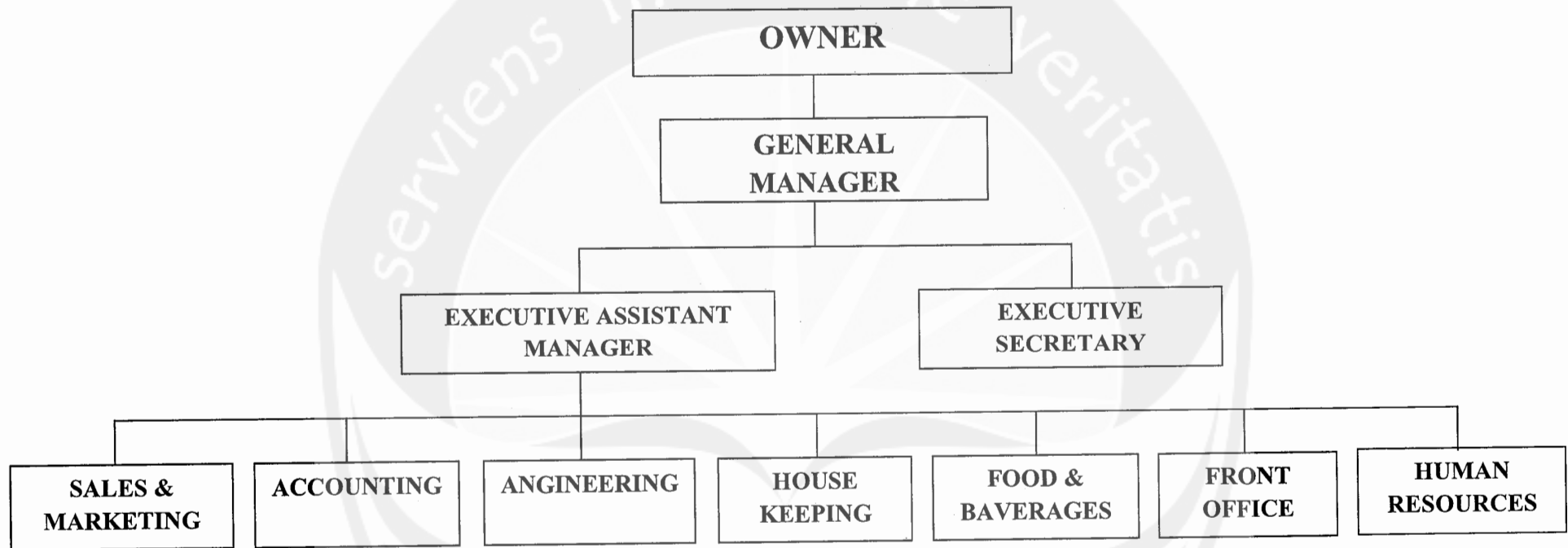
C. Nilai Organisasi

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki nilai organisasi yang berasaskan nilai kekeluargaan. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memupuk nilai-nilai kekeluargaan pada setiap karyawan yang bekerja. Menurut hasil wawancara HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta nilai kekeluargaan diterapkan dalam The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta bertujuan untuk membina dan merangkul karyawan yang bekerja layaknya sebuah keluarga. Melalui nilai kekeluargaan meyakinkan akan dapat membawa The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjadi lebih baik, dan membuat karyawan yang bekerja merasa nyaman.

D. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Pada bagian ini akan diberikan dua bagan struktur organisasi dari The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, yang pertama adalah bagan struktur organisasi secara keseluruhan *departement* yang ada dan yang kedua adalah struktur organisasi dari *sales & marketing departement* beserta dengan *job description (jobdesk)*. Hal ini dibuat karena penulis ditempatkan pada *sales & marketing departement* untuk menjalankan kegiatan KKL, dan juga divisi *public relations* berada dalam satu *departement* dengan *sales*. Berikut adalah bagan dari struktur organisasi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta;

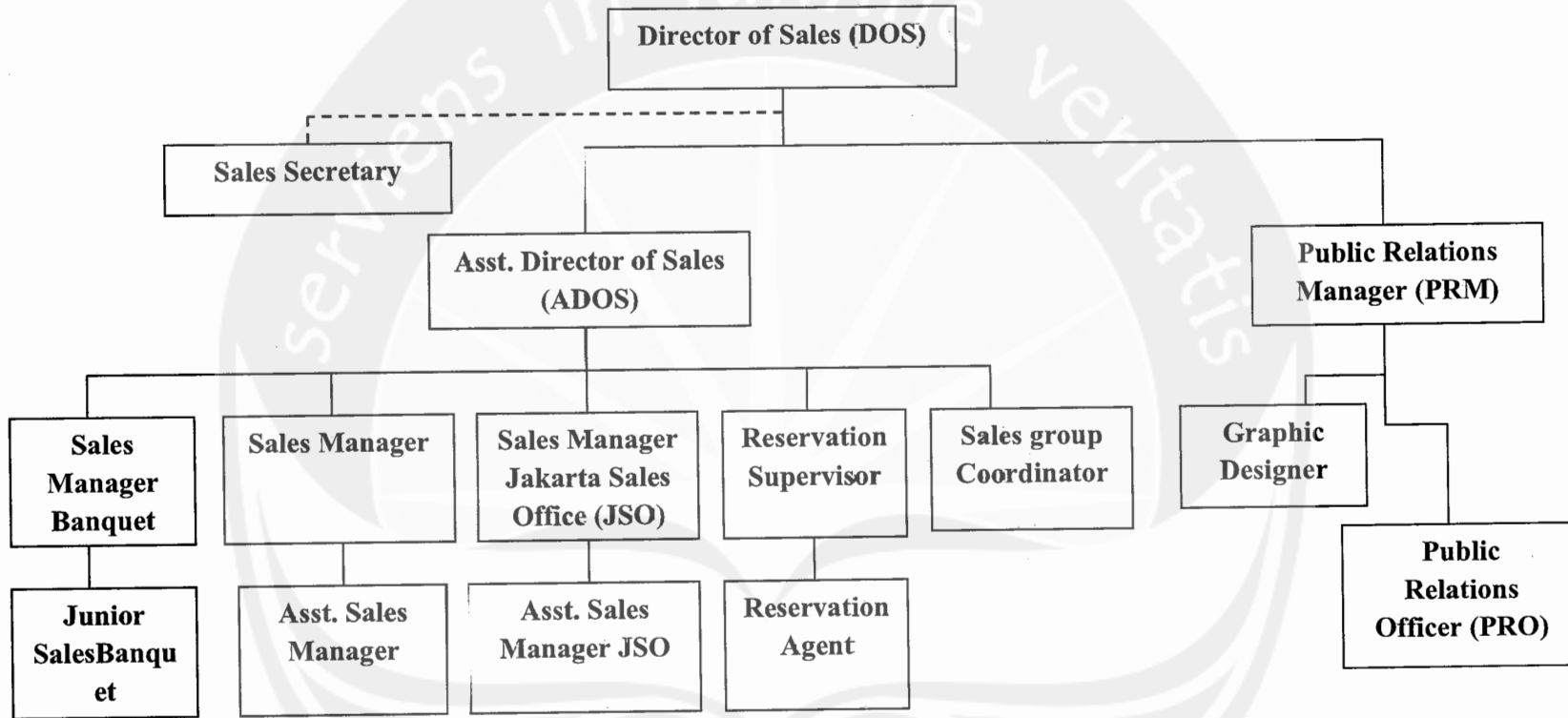
**BAGAN 2.1 STRUKTUR ORGANISASI
THE ALANA HOTEL & CONVENTION CENTER YOGYAKARTA**



(Sumber: The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

BAGAN 2.2 STRUKTUR ORGANISASI

***SALES & MARKETING DEPARTEMEN* THE ALANA HOTEL & CONVENTION CENTER YOGYAKARTA**



(Sumber: The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

Bagan pertama merupakan struktur organisasi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Pada struktur tersebut dapat dilihat bahwa The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dipimpin oleh *owner* atau pemilik hotel dan dibawahnya ada *general manager* yang dibantu oleh *executive assistant manager* dan *executive secretary*. Pada struktur organisasi dapat dilihat bahwa manajemen The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dibagi atas tujuh *departement*, yang mana setiap *departement* dipimpin oleh satu kepala *departement* yang biasa disebut dengan *Head of Departement* (HOD). Adapun *departement* tersebut antara lain *human resources*, *front office*, *food and beverages*, *housekeeping*, *engineering*, *accounting*, dan *sales & marketing*.

Human resources departement merupakan *departement* yang berhubungan langsung dengan karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, baik dalam perekrutan, pelatihan, keamanan, maupun memperhatikan kesejahteraan karyawan. *Front office departement* adalah *departement* yang bertanggung jawab untuk *chek-in* dan *chek-out* tamu, menerima tamu, dan juga pelayanan operator. *Food and beverages departement* bertanggung jawab dalam kesediaan, persiapan, dan penyajian makanan serta minuman untuk para tamu, *departement* ini juga bertanggung jawab atas *restaurant* The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. *Housekeeping departement* bertanggung jawab dalam hal kebersihan, pelayanan dan fasilitas kamar, termasuk juga pelayanan *laundry*. *Engineering departement* bertanggung jawab atas perawatan fasilitas hotel dan alat-alat

elektronik. *Accounting departement* merupakan *departement* yang bertanggung jawab dalam hal keuangan hotel. Selanjutnya yang merupakan *departement* terakhir adalah *sales & marketing departement* yang bertanggung jawab dan bertugas untuk melakukan penjualan dan promosi kamar hotel, *ballroom* atau Mataram City International Convention Center (MICC), maupun promo-promo atau *event* yang diadakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

Bagan kedua adalah struktur organisasi dari *sales & marketing departement*, *departement* ini bertugas untuk melakukan penjualan dan promosi hotel, Mataram City International Convention Center (MICC), promo yang berlangsung, termasuk juga *event-event* yang diadakan. Pada *departement* ini dipimpin oleh *Director of Sales* (DOS) dan dibantu oleh *Assistant Director of Sales* (ADOS). *Sales & marketing departement* terbagi atas dua divisi, yaitu divisi *sales* dan divisi *public relations*. Divisi *sales* berada langsung dibawah pengawasan DOS dan ADOS dalam menjalankan tugas dan kewajibannya. Divisi *sales* dibagi menjadi beberapa posisi dengan *jobdesk* yang berbeda-beda, seperti *sales manager banquet*, *junior banquet sales*, *sales manager*, *assistant sales manager*, *sales manager Jakarta sales office*, *assistant sales manager Jakarta sales office*, *reservation supervisor*, *reservation agent*, *sales group coordinator*, dan *sales secretary*.

Divisi *public relations* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta berada dalam satu *departement* dengan *sales & marketing*, dan pada struktur organisasi *Public Relations Manager* (PRM) yang merupakan

pimpinan divisi *public relations* berada di bawah DOS. Di bawah PRM terdapat *graphic designer* dan *Public Relations Officer* (PRO), yang mana *graphic designer* dan PRO berada dibawah pengawasan DOS dan PRM.

Setiap posisi di *sales & marketing departement* memiliki *jobdesk* yang berbeda-beda. Adapun *jobdesk* tersebut sebagai berikut (Lanang, 2016, p.16-19):

1. *Director of Sales* (DOS)

Director of sales (DOS) adalah pimpinan dari *sales & marketing departement*, DOS mengawasi dan bertanggung jawab atas semua bagian di *sales & marketing departement*. DOS memiliki peran yang penting dalam *departement* ini karena memiliki tanggung jawab atas penjualan yang telah dilakukan. DOS memiliki tugas untuk mengelola dan mengatur kegiatan *sales & marketing departement* dalam hal penjualan, kegiatan promosi, termasuk juga dalam pembuatan laporan penjualan. Selain itu DOS juga harus mampu memetakan strategi pemasaran dan target sasaran dalam penjualan, hal ini membutuhkan ide-ide yang dapat menciptakan inovasi mengingat kompetitor hotel di Yogyakarta sangatlah banyak. DOS juga harus mampu menyelesaikan masalah atau memberikan masukan dalam *departementnya* ketika tim *sales & marketing* mengalami masalah.

2. *Assistant Director of Sales (ADOS)*

Peran yang dimiliki oleh *Assistant Director of Sales (ADOS)* sebenarnya hampir sama dengan *DOS*. *ADOS* juga memiliki tanggung jawab atas *sales & marketing departement*, seperti mengatur tim *sales* dalam menentukan strategi dan melakukan penjualan. *ADOS* juga memiliki peran untuk menggantikan *DOS* ketika *DOS* sedang berhalangan hadir atau sedang melakukan tugas lainnya.

3. *Sales Division*

a. *Sales Manager Banquet*

Sales manager banquet bertugas dan bertanggung jawab atas penjualan *ballroom* atau *MICC*, *wedding*, dan *event-event* besar. Penjualan *event* biasanya tidak meliputi penjualan kamar, namun akan menjual ruangan *bullroom* maupun *meeting room*, dan juga *food and beverages*. Selama melakukan penjualan, *sales manager banquet* juga membuat target setiap bulannya untuk penjualan yang akan dilakukan, menjalin relasi dengan para *client*, dan juga melakukan *follow up* dengan *client*.

b. *Junior Sales Banquet*

Junior sales banquet berada di bawah *sales manager banquet*. Tugas dan tanggung jawab *junior sales banquet* sama seperti *sales manager banquet*, karena disini *junior sales banquet* membantu *sales manager banquet* dalam melakukan penjualan.

Junior sales banquet juga membuat target penjualan, melakukan *sales call*, dan *follow up client*.

c. *Sales Manager*

Sales manager pada dasarnya memiliki peran yang hampir sama dengan *sales manager banquet*, yaitu melakukan penjualan *ballroom*, *meeting room*, dan juga *event*. Namun disini perbedaannya adalah *sales manager* tidak hanya melakukan penjualan *ballroom* maupun *meeting room*, tetapi juga penjualan kamar hotel untuk *event-event* yang akan diadakan. Membuat target setiap bulannya, menjalin relasi, melakukan *sales call*, *follow up client* menjadi tugas yang dijalankan oleh *sales manager*.

d. *Assistant Sales Manager*

Assistant sales manager pada struktur organisasi berada di bawah *sales manager*. Tugas *assistant sales manager* adalah membantu dan mendampingi *sales manager* dalam melakukan penjualan dan promosi, serta berhak menggantikan posisi *sales manager* ketika sedang berhalangan. *Assistant sales manager* juga membuat target dalam penjualan, melakukan *sales call*, dan *follow up client*.

e. *Sales Manager Jakarta Sales Office*

Sales manager Jakarta sales office adalah *sales* yang tugasnya berada di Jakarta. Tugas dan tanggung jawabnya juga

sama dengan *sales* lainnya, yaitu melakukan penjualan *ballroom*, *meeting room*, dan juga kamar hotel. Disini *sales manager* Jakarta *sales office* juga bertugas untuk melakukan *follow up client* yang berada di Jakarta.

f. *Assistant Sales Manager Jakarta Sales Office*

Assistant Sales Manager Jakarta Sales Office bertugas dan tanggung jawab untuk membantu dan mendampingi *sales manager* Jakarta *sales office* dalam melakukan kegiatan penjualannya di Jakarta. Peran yang dimiliki hampir sama dengan *sales manager* Jakarta *sales office*.

g. *Reservation Supervisor*

Reservation supervisor adalah pimpinan dari tim *reservation* yang bertugas dan bertanggung jawab dalam sistem pemesanan kamar, selalu melakukan *update* kesediaan kamar, mengumpulkan seluruh data ruangan yang nantinya akan digunakan dalam *morning briefing* dan *night audit*. *Reservation supervisor* dalam tugasnya juga selalu berkordinasi dengan tim *sales*.

h. *Reservation Agent*

Reservation agent memiliki tugas dan tanggung jawab membantu *reservation supervisor* dalam melakukan pemesanan kamar dan melakukan *update* kamar. Selain itu *reservation*

agentjuga bertugas untuk menerima *telephone* dari tamu, *email*, *online booking*, dan mengisi detail pemesanan kamar hotel melalui sistem.

i. *Sales Group Coordinator*

Tugas dan tanggung jawab dari *sales group coordinator* adalah melakukan *blocking* dan *update* dari sistem *booking* ruangan seperti *meeting room*, *ballroom*, maupun *venue* lainnya yang akan digunakan untuk *event client*. Selain itu *sales group coordinator* juga bertugas untuk membuat dan melakukan publikasi *Banquet Event Order* (BEO) yang merupakan dokumen detail pelaksanaan *event*.

j. *Sales Secretary*

Sales secretary memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai *sales admin*, yang mana *sales secretary* akan membuat laporan *sales & marketing departement* seperti laporan pengeluaran, surat masuk, *Guest Room Control* (GRC), *form*, *database*, inventaris, maupun mengecek keperluan *sales & marketing departement*. *Sales secretary* juga membantu DOS dalam menyiapkan *update* kompetitor, materi *meeting*, *report*, maupun membuat dokumen lainnya.

4. *Public Relations Division*

a. *Public Relations Manager (PRM)*

Public Relations Manager (PRM) tugas dan bertanggung jawab untuk membentuk dan menjaga citra hotel maupun melakukan *branding* hotel kepada publik. PRM juga bertugas untuk membuat, menyusun, mengatur, dan menjalankan kegiatan promosi hotel. PRM menjalin relasi dengan beberapa pihak eksternal yang kiranya memiliki kepentingan dengan hotel, seperti media, pemerintah, maupun *client-client* hotel. Tugas lain yang dijalankan oleh PRM adalah membuat laporan atau *PR coverage* yang berisi tentang detail kegiatan dan iklan promosi hotel yang telah dilakukan. PRM berada langsung dalam pengawasan DOS.

b. *Graphic Designer*

Graphic designer memiliki tugas dan tanggung jawab untuk membuat *design* visual yang akan digunakan untuk kebutuhan promosi dan *branding* hotel. Seperti pembuatan *flyer*, *voucher*, *news latter*, poster, *back drop*, *sticker*, *merchandise*, dan *design* lainnya.

c. *Public Relations Officer (PRO)*

Public Relations Officer (PRO) bertugas dan bertanggung jawab untuk membantu dan mendampingi PRM dan *graphic designer* dalam menjalankan kegiatan *public relations*. PRO juga

bertugas untuk membuat *database*, melakukan promosi *event* hotel dan promo, mengoprasikan *e-news* untuk *email blast*, dan membantu PRM dalam kegiatan hubungan media.

E. Karyawan

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki karyawan tetap, karyawan *trainee*, dan karyawan *casual*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh pihak HRD, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki jumlah karyawan sebanyak 200 orang dan terdiri dari 48 orang perempuan dan 152 orang laki-laki. Jumlah karyawan tersebut belum termasuk karyawan *traineed* dan *casul*, karena karyawan *trainee* dan *casual* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta jumlahnya tidak tentu setiap bulannya.

Karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki jam kerja yang berbeda-beda, karyawan *back office* memiliki jam kerja dari pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB. Sedangkan karyawan *front office* memiliki jam kerja dari pukul 08.00 WIB sampai 16.00 WIB dan 16.00 WIB sampai 23.00 WIB. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memberikan beberapa fasilitas kerja kepada karyawannya seperti, kantin yang menyediakan *free* makanan, klinik kesehatan 24 jam, BPJS, *service fee*, dan koperasi karyawan. Fasilitas tersebut dapat digunakan oleh seluruh karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta untuk menunjang kegiatan dalam bekerja.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL

A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL

1. Konsep *Public Relations* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki pemahaman mengenai *public relations* sebagai kegiatan mengelola hubungan dengan publik internal dan eksternal, yang mana hubungan tersebut harus dijaga dengan baik untuk membentuk dan menunjukkan citra positif perusahaan. PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjelaskan bahwa *public relations* ada di balik citra baik perusahaan, bagaimana perusahaan memiliki citra maupun reputasi yang baik di mata publik, seorang praktisi *public relations* akan memiliki strategi-strategi tertentu untuk mencapai hal tersebut. PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta juga menjelaskan bahwa aktivitas *public relations* dalam industri perhotelan begitu dinamis, dalam artian aktivitas *public relations* memiliki perkembangan yang cepat.

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menganggap bahwa *public relations* adalah bagian yang sangat membantu dalam perhotelan karena, dengan adanya peran *public relations* perusahaan menjadi terbantu dalam melakukan *branding* hotel kepada publik.

Kehadiran dan peran *public relations* di setiap perusahaan memiliki peran tersendiri yang membantu perusahaan untuk mencapai tujuan, termasuk juga *public relations* dalam perhotelan.

2. Konsep Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Seperti yang sudah diketahui bahwa aktivitas *public relations* pasti akan selalu berhubungan dengan publik perusahaan, baik publik internal maupun publik eksternal. Menurut The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta publik merupakan orang yang ada di sekitar perusahaan, yang mana publik akan membawa pengaruh bagi perusahaan. Publik memang memiliki peran yang sangat mendukung aktivitas perusahaan yang berlangsung dalam upayanya mencapai tujuan perusahaan. Terlebih lagi publik internal perusahaan yang menjalankan aktivitas perusahaan, yaitu karyawan.

Karyawan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta didefinisikan sebagai aset perusahaan yang benar-benar harus dijaga, karena baik buruknya perusahaan dapat tercermin dari karyawan. Bagi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta sendiri karyawan dinilai menjadi bagian terpenting perusahaan karena, tanpa karyawan perusahaan tidak dapat menjalankan aktivitasnya sehingga kehadiran karyawan memang sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan. Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dibagi menjadi tiga, yaitu

karyawan tetap, karyawan *trainee*, dan karyawan *casual*. Karayawan tetap merupakan karyawan yang bekerja tanpa terikat waktu, berbeda dengan karyawan *trainee* yang merupakan karyawan yang bekerja dengan ikatan waktu tertentu. Sedangkan untuk karyawan *casual* merupakan karyawan panggilan pada waktu-waktu tertentu, yang mana karyawan *casual* berasal dari pelajar maupun mahasiswa perhotelan di Yogyakarta. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki karyawan tetap sebanyak 200 orang terdiri dari 48 wanita dan 152 pria, jumlah tersebut belum termasuk jumlah karyawan *trainee* karena jumlahnya tidak dapat dipastikan.

3. Konsep Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Menjalin dan menjaga hubungan perusahaan dengan karyawan merupakan salah satu aktivitas *public relations* yang dijalankan di setiap perusahaan manapun. Seperti halnya The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, bergerak dalam bidang perhotelan dengan jumlah karyawan yang cukup banyak The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjalankan aktivitas hubungan karyawan dalam perusahaannya. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan untuk menjaga hubungan perusahaan atau tim manajerial dengan karyawan serta menjaga citra dan reputasi perusahaan di mata karyawan.

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mendefinisikan hubungan karyawan sebagai hubungan antara perusahaan dengan karyawan yang harus dibina dan dijaga, karena karyawan sendiri akan membantu perusahaan. PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjelaskan hubungan karyawan dari sisi *public relations* tidak jauh dari membentuk citra perusahaan, perusahaan harus memiliki citra yang positif di mata karyawan termasuk juga melakukan *brand awareness* perusahaan kepada karyawan. Hubungan karyawan dinilai sebagai salah satu kegiatan internal yang penting untuk diadakan, karena melalui hubungan karyawan perusahaan dapat terbantu untuk mencapai tujuannya. Hal tersebut ditegaskan melalui hasil wawancara dari HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta yang menjelaskan bahwa, hubungan karyawan adalah kegiatan yang penting untuk dilaksanakan, karyawan akan memiliki rasa nyaman untuk bekerja dalam perusahaan melalui bagaimana perusahaan tersebut menjalin hubungan dengan karyawan, ataupun bagaimana perusahaan menjalin hubungan dengan karyawan layaknya sebuah keluarga.

4. Aktivitas Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dilaksanakan oleh divisi *public relations* dan *Human Resources Departement* (HRD), PRM dan HRD dapat dikatakan saling mendukung dalam kaitannya melaksanakan aktivitas hubungan karyawan.

Berdasarkan observasi yang telah dilaksanakan penulis dapat menjelaskan bahwa The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjalankan aktivitas hubungan karyawan melalui beberapa program kegiatan yang dilaksanakan maupun melalui komunikasi yang terjadi. Program kegiatan tersebut memiliki tujuan-tujuan yang berbeda pada setiap kegiatan.

PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjelaskan bahwa aktivitas hubungan karyawan yang dilaksanakan tidak terlepas dari citra perusahaan, yang mana karyawan perusahaan harus memiliki penilaian yang positif terhadap The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta agar karyawan memiliki loyalitas yang tinggi kepada perusahaan. Kaitannya dengan hal tersebut apa yang dilakukan oleh PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam aktivitas hubungan karyawan hampir sama dalam upayanya membentuk citra positif perusahaan kepada publik eksternal. PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memastikan bahwa hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan karyawan berjalan dengan baik, seperti komunikasi internal yang terjadi.

Aktivitas hubungan karyawan yang dilakukan oleh PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta adalah dari segi komunikasi internal yang berlangsung. Selain sebagai upaya dalam menjaga hubungan, melalui komunikasi perusahaan juga dapat membentuk citra positif di mata karyawan. PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki peran sebagai pihak yang

menjembatani antara perusahaan dengan publik, seperti antara perusahaan dengan karyawan. Menjaga komunikasi antara perusahaan dengan karyawan adalah hal yang cukup penting untuk dilakukan, disini PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta yang menjembatani perusahaan dengan karyawan memastikan bahwa karyawan dapat berkomunikasi secara mudah dengan perusahaan maupun tim manajerial begitu juga sebaliknya, serta memastikan bahwa komunikasi yang terjadi adalah komunikasi dua arah. Sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan karyawan PRM harus mampu memposisikan dirinya dengan baik, yaitu dengan tidak memihak pada salah satu pihak.

Komunikasi yang berlangsung antara perusahaan dan karyawan akan mempengaruhi kehidupan berorganisasi di perusahaan tersebut. Keterbukaan dalam komunikasi pun dilakukan oleh PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta agar karyawan memiliki kepercayaan dengan perusahaan. PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam hal ini ia selalu berupaya melakukan pendekatan dengan karyawan melalui berbagai cara atau kegiatan untuk bisa menjaga hubungan dengan karyawan, dengan begitu *public relations* dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi dari karyawan dan dapat mengerti bagaimana pandangan karyawan terhadap perusahaan. Menjaga hubungan karyawan tidak hanya dilakukan melalui komunikasi internal antara perusahaan dengan karyawan, namun dapat dilakukan juga melalui sikap-

sikap perusahaan kepada karyawannya seperti dengan mengadakan kegiatan-kegiatan untuk karyawan.

Berbeda dengan divisi *public relations* yang menjalankan aktivitas hubungan karyawan melalui komunikasi internal, HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjalankan aktivitas hubungan karyawan melalui pengadaan program-program kegiatan karyawan. Hubungan karyawan yang dijalankan oleh HRD selain untuk menunjang karier karyawan juga sebagai bentuk untuk menjaga hubungan antara The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dengan karyawan serta membantu perusahaan untuk mencapai tujuan maupun visi misi perusahaan.

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjalankan beberapa program kegiatan hubungan karyawan untuk menjaga hubungannya dengan karyawan, baik dalam kegiatan komunikasi maupun kegiatan lainnya. Adapun kegiatan hubungan karyawan yang dijalankan sebagai berikut:

1. *Internal Trainee*

Internal trainee merupakan kegiatan pelatihan yang diberikan kepada karyawan untuk menambah ilmu dan keterampilan yang dimiliki karyawan. *Internal trainee* atau pelatihan internal diberikan pada setiap *departement* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, pelatihan diberikan

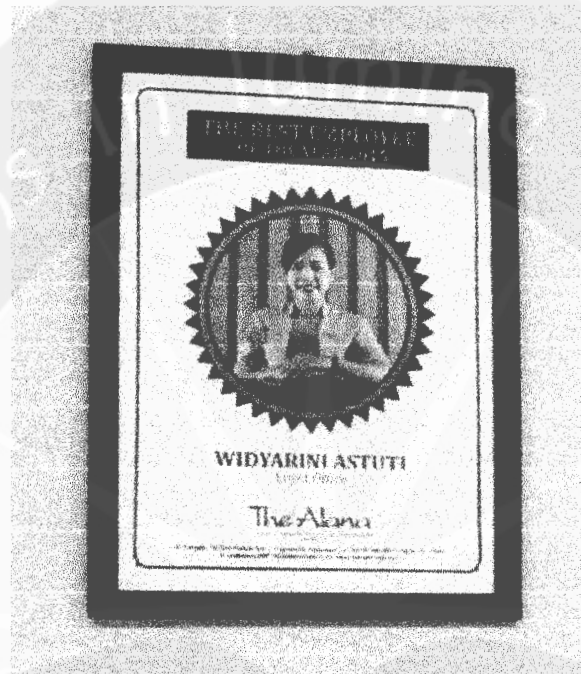
kepada karyawan setiap *departement* bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kinerja karyawan. Kegiatan ini dilakukan setiap satu bulan sekali dan dengan materi yang berbeda-beda.

Pada program ini, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta juga menghadirkan pengajar atau pelatih dari luar untuk memberikan materi pada *internal trainee*, yang mana pengajar berasal dari sekolah perhotelan. Melalui *internal trainee* karyawan akan diberikan materi oleh pengajar dan dipersilahkan juga untuk mempraktekkan contohnya seperti pelatihan *florist* untuk karyawan *housekeeping departement*, karyawan diberikan materi dan diberi pelatihan untuk merangkai bunga sebagai dekorasi untuk setiap ruangan di hotel. Setiap *departement* akan bergantian untuk mendapatkan *internal trainee*, dan biasanya juga jika tidak berhalangan pimpinan *departement* akan mendampingi karyawannya selama mengikuti *internal trainee*. Melalui kegiatan ini terlihat hubungan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta yang peduli dengan karyawan akan perkembangan kemampuan karyawan untuk menunjang karier dan kinerjanya.

2. *Employee of The Month*

Employee of the month merupakan program penghargaan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta yang diberikan

kepada karyawannya. Penghargaan ini diadakan selama tiga bulan sekali. Setiap *departement* akan mencalonkan satu karyawannya untuk mengikuti program ini.



Gambar 3.1 *The best employee of the year 2015*

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada program ini karyawan yang dicalonkan setiap *departement* akan dinilai oleh tim penilai yaitu HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Indikator penilaian dalam program *employee of the month* ini meliputi kerajinan, kesopanan, absensi, kreativitas, keaktifan, maupun kinerja dan kontribusi karyawan selama bekerja. Mekanisme penilaian dari *employee of the month* tidak hanya dilakukan oleh HRD namun,

hasil penilaian dari HRD akan didiskusikan saat *general staff meeting*. Karyawan yang sudah terpilih sebagai *employee of the month* akan diberikan penghargaan berupa sertifikat, *souvenir*, maupun tunjangan sebagai bentuk penghargaan dari prestasi yang diperoleh selama bekerja.

Karyawan yang sudah terpilih sebagai *employee of the month* pada setiap tiga bulan, akan dikompetisikan dan dinilai kembali dengan karyawan lainnya yang sudah pernah mendapatkan *employee of the month* dan kemudian akan dipilih satu orang untuk menjadi *the best employee of the year*. Selama satu tahun karyawan *employee of the month* akan dinilai dan dipantau terus oleh HRD terkait dengan indikator-indikator penilaian yaitu, kerajinan, kesopanan, absensi, kreativitas, keaktifan, maupun kinerja dan kontribusi karyawan selama bekerja. Penilaian yang dilakukan pun sama, akan dilakukan oleh HRD dan didiskusikan dalam *general staff meeting*. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memberikan sertifikat dan tunjangan kepada karyawannya yang terpilih dalam *employee of the month* dan *the best employee of the year*.

Program ini diadakan bertujuan untuk memberikan apresiasi dan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi, selain itu bertujuan juga untuk memotivasi karyawan untuk selalu bekerja dengan baik. Selain itu melalui program ini The Alana Hotel &

Convention Center Yogyakarta dapat membangun dan menunjukkan loyalitasnya kepada karyawan sebagai upaya dalam membangun hubungan karyawan.

3. *Outing*

Outing merupakan kegiatan liburan untuk para karyawan, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengadakan kegiatan *outing* baru sekali yaitu pada bulan Januari 2016. Kegiatan ini dikordinator oleh HRD dan dibantu dengan beberapa orang dari *departement* lainnya seperti untuk menyiapkan transportasi dan konsumsi. Kegiatan *outing* dilaksanakan dalam dua gelombang, karyawan akan dibagi menjadi dua tim yang mana tim pertama akan berangkat *outing* pada gelombang pertama dan keesokan harinya bergantian dengan tim kedua yang berangkat *outing* pada gelombang kedua. Hal ini dilakukan agar kegiatan hotel bisa tetap berjalan dan tetap kondusif.

Pada saat itu The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengajak karyawannya untuk *rafting* dalam kegiatan *outing*. Karyawan berkumpul pada pagi hari di area hotel untuk berangkat bersama dengan menggunakan bus dan sesampainya di tempat tujuan, kegiatan diawali dengan sambutan penyelenggara dan menyampaikan beberapa arahan. Pada kegiatan itu juga dilakukan *outbound* dengan beberapa permainan yang kiranya

dapat mendekatkan dan melatih kekompakan karyawan. Sebelum kegiatan *outing* selesai terdapat kegiatan makan bersama dengan karyawan dan tim manajemen, serta tidak lupa juga dengan beberapa kesan dan pesan yang disampaikan karyawan dan tim manajemen selama kegiatan berlangsung.

Kegiatan ini bertujuan untuk memupuk dan mengeratkan rasa kekeluargaan yang dibangun dalam organisasi dan memberikan karyawan waktu untuk bersantai dan bermain sejenak dengan karyawan lainnya. Diadakannya kegiatan *outing* The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta berupaya untuk membangun relasi keakraban yang berkekeluargaan dengan para karyawannya sehingga tidak ada jarak antara *manager* dengan karyawan biasa.

4. Perlombaan

Kegiatan perlombaan diadakan jika ada acara-acara tertentu saja seperti memeriahkan peringatan 17 Agustus maupun hari-hari lainnya. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengadakan perlombaan sederhana untuk para karyawannya yang bertujuan untuk membangun dan menjaga relasi dengan karyawan, serta membangun kekompakan sesama karyawan. Pada 17 Agustus 2016 kemarin The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengadakan perlombaan dengan mengikut sertakan para veteran,

yang kebetulan pada saat itu mengikuti upacara bendera di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Perlombaan yang dilaksanakan adalah dalam bentuk permainan seperti, balap karung, makan krupuk, dan memasukkan paku ke dalam botol.



Gambar 3.2 Perlombaan karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam memeriahkan hari Kemerdekaan

(Sumber: Dokumentasi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

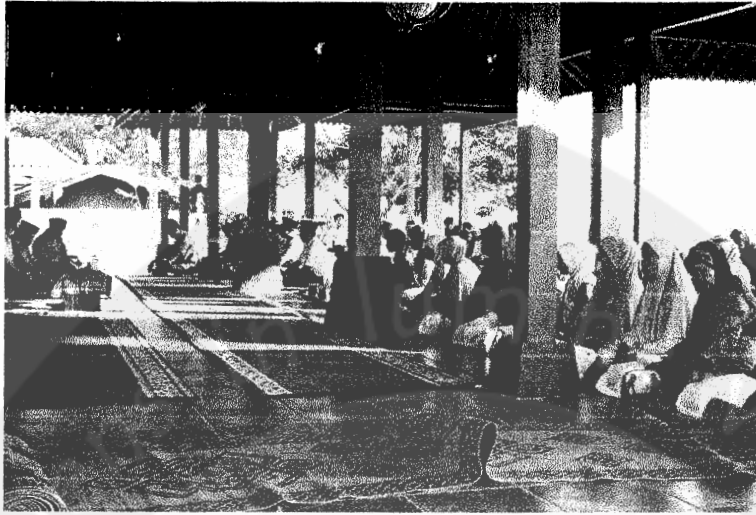
Kegiatan perlombaan tidak hanya dilakukan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, namun Archipelago Internasional juga mengadakan kegiatan perlombaan untuk para karyawan hotel yang bergabung dengannya. Kegiatan yang pernah diadakan yaitu, lomba futsal Archipelago Internasional se-Jateng dan DIY. Kegiatan itu juga diikuti oleh karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dengan mengirimkan karyawannya yang memiliki kemampuan dalam kegiatan futsal

sebagai perwakilan hotel. Pada kegiatan ini HRD bersama karyawan lainnya juga ikut mendampingi dan memberikan semangat kepada karyawan yang mengikuti kompetisi, dan beruntungnya pada kegiatan ini tim futsal The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta berhasil meraih peringkat pertama.

Program kegiatan seperti ini dibuat dan dilaksanakan dengan tujuan untuk mendekatkan karyawan dan menciptakan kekompakan antar karyawan. Kegiatan ini juga dapat membangun maupun menjaga relasi antara tim manajemen dengan karyawan, sehingga melalui kegiatan yang dilaksanakan terlihat kedekatan tim manajemen dengan karyawan serta memiliki nilai kekeluargaan yang kuat.

5. Pengajian

Pengajian merupakan kegiatan yang dilaksanakan secara rutin setiap bulannya yaitu pada minggu pertama oleh seluruh karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Pengajian dilaksanakan pada sore hari dan bertempat di Masjid The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Kegiatan pengajian ini tidak hanya diberlakukan khusus untuk karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta saja, namun warga sekitar hotel juga dapat mengikuti pengajian ini.



Gambar 3.3 Kegiatan pengajian The Alana Hotel & Convention Center
Yogyakarta

(Sumber: Dokumentasi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

Pada kegiatan pengajian The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta akan mengundang pendakwah untuk memberikan dakwah pada jemaat pengajian. Karyawan akan mengikuti kegiatan ini pada sore hari dengan menggunakan pakaian yang selayaknya dan membawa perlengkapan mengaji. Kegiatan pengajian yang dihadiri oleh karyawan dan warga sekitar The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta juga bertujuan untuk menyapa dan menjaga hubungan dengan warga sekitar.

6. Ulang Tahun

Kegiatan ulang tahun The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dilaksanakan setiap tahun yaitu pada tanggal 26

Februari. Pada perayaan ulang tahun, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengadakan syukuran dengan seluruh karyawan. Syukuran tersebut diadakan dengan makan-makan bersama seluruh karyawan. Kegiatan ini dikoordinasikan oleh HRD dengan dibantu oleh PRM dan beberapa karyawan lainnya. Kegiatan syukuran dengan makan bersama biasanya dilaksanakan pada jam makan siang yaitu di *pool side* The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

Pada syukuran juga terdapat sambutan-sambutan dari *director* dan *general manager* untuk menyampaikan beberapa rasa syukurnya dan harapan-harapan kedepannya dan juga terdapat pula pesan dan kesan yang disampaikan oleh karyawan. Melaksanakan perayaan kecil dalam hari jadi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, menjadi kesempatan untuk menjalin silaturahmi karyawan dengan *director* atau *owner* dengan tujuan untuk menjaga hubungan yang dijalin dengan baik.

7. *Morning Briefing*

Morning briefing merupakan kegiatan yang rutin dilakukan setiap pagi sebelum para karyawan mulai bekerja yaitu dimulai pada pukul 07.30 WIB. *Morning briefing* dilakukan pada setiap *departement* dan juga setiap kepala *departement* akan mengikuti *morning briefing* dengan *general manager*. Kegiatan rutin ini

dilakukan bertujuan untuk memberikan informasi kepada karyawan, memberikan arahan, dan juga sebagai media *sharing* karyawan kepada pimpinannya maupun antar karyawan.

Kegiatan ini selalu diawali dengan doa, lalu setelah itu pimpinan *departement* akan memberikan informasi terkait apa yang sudah dilaksanakan dan dilanjutkan dengan karyawan yang melaporkan kegiatan yang sudah dilakukan dan akan dilakukan. Begitu juga dengan *morning briefing* yang dilakukan antara pimpinan *departement* dengan *general manager*. Adapun melalui *morning briefing* ini The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menginginkan adanya hubungan yang saling terbuka antara pimpinan dengan karyawan.

8. *Internal Meeting*

Internal meeting dilakukan pada setiap *departement* maupun antar pimpinan *departement* dengan *general manager*, pada setiap minggu maupun sewaktu-waktu jika diperlukan. *Internal meeting* diadakan dengan tujuan untuk dapat memantau kegiatan perusahaan yang sudah berlangsung serta memberikan laporan-laporan yang kiranya perlu untuk disampaikan, dan dengan *internal meeting* keterbukaan relasi antara karyawan, pimpinan, maupun *departement* akan terjalin.

Pada kegiatan *internal meeting* akan dipresentasikan *report* hasil kerja maupun rencana yang akan dilakukan. Seperti contohnya pada *sales & marketing departement*, setiap minggunya dilaksanakan *sales internal meeting* dengan *general manager*. Pada *meeting* tersebut *sales* akan mempresentasikan *report* penjualan dan rencana *sales call* yang akan dilakukan seminggu kedepan. *Meeting* seperti ini bertujuan untuk memantau dan mengontrol kinerja para karyawan, memberi masukan dan arahan, serta memberikan informasi kepada karyawan.

9. *General Staff Meeting*

General staff meeting merupakan *meeting* untuk *staff* umum atau karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta yang dilakukan setiap satu bulan sekali. *General staff meeting* menjadi salah satu media komunikasi karyawan dengan pihak manajemen hotel yang akan membangun dan menjaga hubungan kerja karyawan dengan tim manajemen. Karyawan dapat menyampaikan apapun yang berkaitan dengan pekerjaan dan melakukan evaluasi kerja melalui *meeting* yang dihadiri oleh HRD maupun *general manager*. Melalui program ini karyawan dapat bertukar pikiran dan berdiskusi mengenai apa yang telah disampaikan, dan juga pada kegiatan ini tim manajemen dapat berdiskusi juga dengan para karyawan termasuk juga mendiskusikan mengenai *employee of the month*. Sehingga melalui

general staff meeting dapat dijadikan sebagai media komunikasi formal dan menjaga komunikasi yang efektif antara tim manajemen dan karyawan terkait pekerjaan.

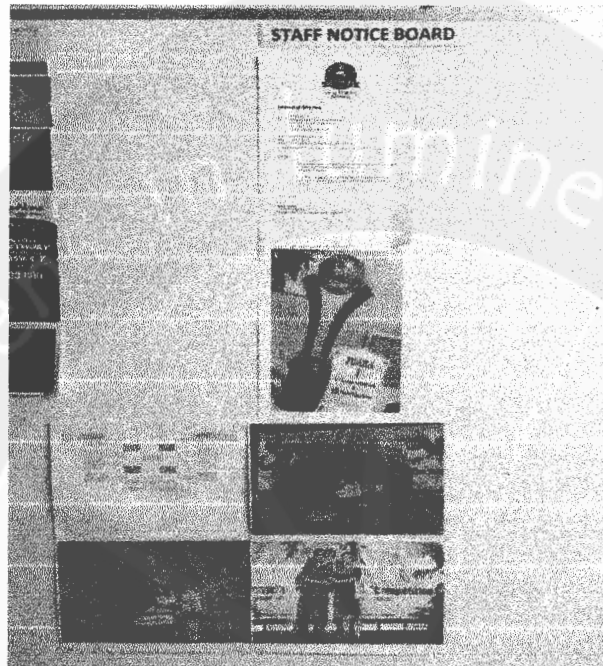
10. *Email*

Email kantor menjadi salah satu media komunikasi yang digunakan karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. *Email* digunakan sebagai media komunikasi agar karyawan dapat dengan cepat mengetahui informasi terbaru terkait hotel. Namun, tidak semua karyawan memiliki *email* kantor dikarenakan *email* kantor hanya digunakan oleh karyawan *back office* dan *front office* yang memang pekerjaannya sering menggunakan *email*. Melalui *email* kantor yang dapat digunakan kapan pun dan dimana pun, maka akan membuat komunikasi yang terjalin menjadi sangat efisien.

11. *Staff Notice Board*

Papan pengumuman menjadi salah satu media komunikasi yang digunakan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta kepada karyawannya. Papan pengumuman digunakan mengingat bahwa tidak semua karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menggunakan dan memiliki email kantor, contohnya seperti karyawan training. Sehingga jika ada suatu hal yang akan diinformasikan kepada karyawan, maka akan

ditempelkan pada papan pengumuman yang diletakkan didedapan kantin.



Gambar 3.4 Papan pengumuman untuk karyawan

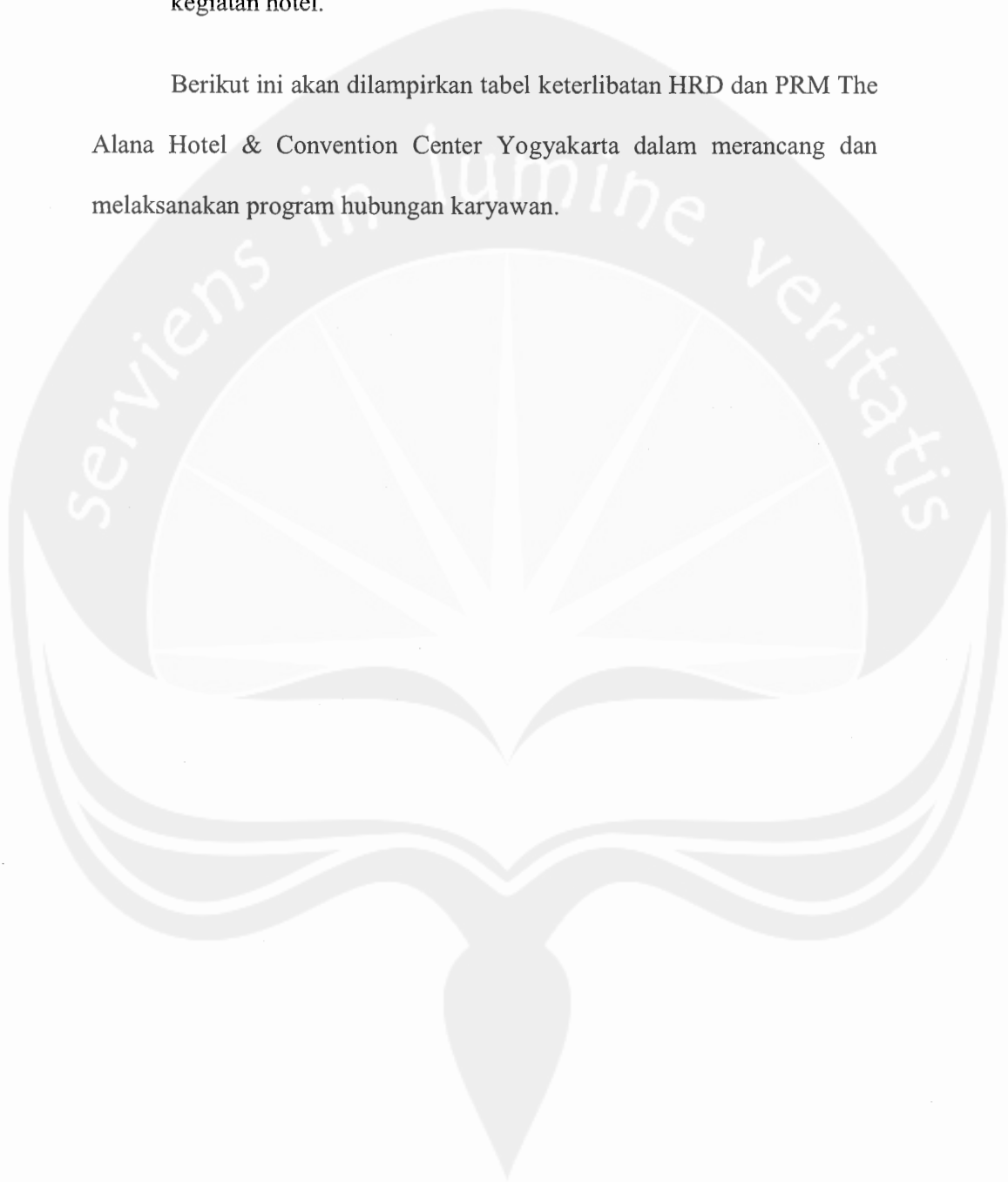
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

12. Internal Memo

Internal memo merupakan media untuk pesan singkat yang digunakan antar *departement*. Internal memo sering digunakan oleh *departement* maupun karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta untuk menyampaikan suatu hal. Internal memo terkadang juga disampaikan melalui email dengan discan terlebih dahulu sebagai backup dari internal memo yang

tertulis. Biasanya internal memo ini digunakan berkaitan dengan kegiatan hotel.

Berikut ini akan dilampirkan tabel keterlibatan HRD dan PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam merancang dan melaksanakan program hubungan karyawan.



Tabel 3.1 Keterlibatan HRD dan PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam Aktivitas Hubungan Karyawan

Aktivitas Hubungan Karyawan	Keterlibatan dalam Aktivitas Hubungan Karyawan	
	HRD	PRM
<i>Internal Trainee</i>	HRD melakukan perencanaan program, menyusun jadwal pelatihan setiap <i>department</i> , menyiapkan materi, mencari mentor atau pembicara, melakukan publikasi kepada karyawan, dan melaksanakan <i>internal trainee</i> .	PRM membantu HRD untuk melakukan publikasi kepada karyawan melalui <i>email</i> dan publikasi kepada setiap pimpinan <i>departement</i> , serta melakukan dokumentasi kegiatan.
<i>Employee of The Month</i>	HRD melakukan perencanaan program, melakukan publikasi kepada setiap <i>departement</i> , melakukan penilaian kepada kandidat, dan menyiapkan serta memberikan <i>reward</i> kepada karyawan.	PRM membantu HRD untuk mempublikasikan program kepada karyawan setiap <i>departement</i> dengan media publikasi berupa <i>email</i> maupun <i>morning briefing</i> dengan pimpinan <i>departement</i> dan melakukan dokumentasi.
<i>Outing</i>	HRD melakukan perencanaan program seperti meyiapkan destinasi, transportasi, menyusun kegiatan <i>outing</i> , melakukan koordinasi dengan setiap <i>departement</i> , dan melakukan publikasi.	PRM membantu HRD dalam melakukan publikasi program <i>outing</i> melalui media <i>email</i> , <i>morning briefing</i> , membuat poster <i>outing</i> untuk publikasi di setiap <i>departement</i> , membuat <i>design backdrop outing</i> , dan melakukan dokumentasi.

Perlombaan	HRD melakukan perencanaan program seperti menyusun perlombaan yang akan diadakan, berkoordinasi dengan setiap <i>departement</i> , melakukan publikasi, dan melaksanakan program.	PRM membantu HRD dalam melakukan publikasi dengan membuat pamphlet perlombaan sebagai media publikasi, melakukan publikasi melalui <i>email</i> , <i>morning briefing</i> , dan melakukan dokumentasi.
Pengajian	HRD melakukan perencanaan program, mencari pendakwah untuk pengajian, berkoordinasi dengan setiap <i>departement</i> , melakukan publikasi, dan melaksanakan program.	PRM mebanu HRD untuk melakukan publikasi kepada setiap karyawan melalui <i>email</i> , <i>morning briefing</i> , maupun <i>mouth to mouth</i> , dan melakukan dokumentasi.
Ulang Tahun	HRD dan PRM merencanakan kegiatan untuk memperingati hari ulang tahun The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, berkoordinasi dengan setiap <i>departement</i> , dan melakukan publikasi.	PRM dan HRD merencanakan kegiatan untuk memperingati hari ulang tahun The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, melakukan publikasi melalui <i>email</i> dan <i>morning briefing</i> , dan melakukan dokumentasi.
Program komunikasi internal, meliputi: <i>Morning Briefing, Internal Meeting, General Staff Meeting, Email, Staff Notice Board, dan Internal Memo</i>	HRD dan PRM melakukan perencanaan program dengan memilih media komunikasi yang akan digunakan. HRD juga mengkoordinasi <i>general staff meeting</i> untuk para karyawan.	PRM dan HRD melakukan perencanaan program dengan memilih media komunikasi yang akan digunakan. PRM memastikan bahwa komunikasi internal yang berlangsung dapat berjalan dengan baik dan efektif, sehingga terdapat komunikasi dua arah.

Aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta pada kenyataannya memang lebih banyak dilaksanakan oleh bagian HRD. Namun, divisi *public relations* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta tetap menjalankan aktivitas hubungan karyawan dari sisi komunikasi internal yang berlangsung. Melalui aktivitas hubungna karyawan yang dilakukan oleh PRM dan HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta secara keseluruhan memiliki tujuan untuk menjalin dan menjaga hubungan antara perusahaan dengan karyawan, memberikan dukungan kepada karyawan, serta membentuk dan menjaga citra maupun reputasi perusahaan di mata karyawan.

B. Deskripsi Kerja Mahasiswa

Pada pelaksanaan kegiatan KKL penulis ditempatkan sebagai *Public Relations Officer (PRO)* yang berada dalam *sales & marketing departement*. PRO memiliki tugas untuk membantu PRM dan *graphic designer*, serta belajar mengenai bagaimana seorang *public relations* bekerja dalam industri perhotelan. Secara detail *jobdesk* PRO adalah bertugas untuk membantu dan mendampingi PRM dan *graphic designer* dalam menjalankan kegiatan *public relations*. PRO juga bertugas untuk membuat *database*, melakukan promosi *event* hotel dan promo, mengoprasikan *e-news* untuk *email blast*, dan membantu PRM dalam kegiatan hubungan internal dan eksternal yang dijalankan.

Adapun deskripsi dari kegiatan KKL yang dilakukan PRO selama di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta sebagai berikut:

1. Keterlibatan dalam Kegiatan Hubungan Karyawan

a. *Morning Briefing*

Morning briefing merupakan kegiatan rutin yang dilakukan setiap pagi sebelum semua karyawan mulai bekerja pada pukul 08.15 WIB. PRO mengikuti *morning briefing* selama menjalankan kegiatan KKL di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Kegiatan ini menjadi media untuk *sharing* karyawan kepada pimpinannya. Karyawan dapat saling mengkomunikasikan apa yang sudah dilakukan, yang akan dilakukan, ataupun permasalahan-permasalahan yang dialami. *Morning briefing* dapat dikatakan sebagai salah satu kegiatan hubungan karyawan dalam menjaga komunikasi karyawan dengan atasannya dan dapat menumbuhkan keterbukaan dalam hubungan karyawan.

b. Internal Memo

Internal memo digunakan sebagai media untuk memberikan informasi terkait hotel kepada *general manager* dan *departemant* yang bersangkutan. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menggunakan internal memo yang bersifat resmi sebagai kegiatan berorganisasinya. PRM menggunakan internal memo ketika akan meneruskan informasi yang didapat kepada *general manager* seperti, adanya perjanjian kerjasama dalam hal

publikasi maupun aktivitas yang akan dilaksanakan yang kiranya memerlukan persetujuan *general manager* dan *departement* yang terkait.

PRO membantu PRM membuat internal memo dengan menginformasikan dan meminta persetujuan *general manajer* dan pihak lainnya terkait dengan isi memo yang dibuat. Jika persetujuan sudah didapatkan PRO akan mendokumentasikan internal memo melalui *email* dan *hardcopy* untuk disimpan dalam berkas *public relations*. Kegiatan ini dilakukan oleh PRO tidak setiap hari, namun dilakukan jika memang diperlukan.

c. Peringatan 17 Agustus

Memperingati hari Kemerdekaan 17 Agustus, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengadakan kegiatan untuk para karyawannya. Kegiatan yang dilaksanakan berupa upacara bendera dan perlombaan antar karyawan. PRO bersama dengan karyawan lainnya mengikuti kegiatan ini yang merupakan salah satu kegiatan hubungan karyawan yang dilaksanakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

Kegiatan diawali dengan upacara penghormatan bendera yang dilaksanakan bersama para veteran Yogyakarta dan karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, serta dilanjutkan dengan perlombaan dan makan siang bersama.

Kegiatan ini dilaksanakan selain untuk memperingati hari Kemerdekaan Indonesia, juga sebagai salah satu upaya untuk mendekatkan karyawan dengan para pimpinan hotel, sesama karyawan, dan memupuk rasa kekeluargaan sehingga dapat menjaga relasi yang sudah terjalin dengan baik.

2. Keterlibatan dalam Kegiatan Lainnya

a. *Email Blast*

Email blast merupakan *email* yang dikirim untuk *customers*, bertujuan untuk mempromosikan promo-promo maupun *event* yang sedang diadakan. *Email blast* dikirim berdasarkan jadwal-jadwal yang sudah ada dan pada waktu tertentu. Adapun waktu pengiriman *email blast* adalah pada pukul 08.30 WIB, 11.00 WIB, 14.00 WIB, 16.00 WIB, dan 17.00 WIB. Kegiatan *email blast* dilakukan secara rutin pada setiap harinya oleh PRO. PRO diberikan tugas untuk mengirimkan *email blast* kepada para *customers*, namun sebelumnya PRO membuat terlebih dahulu target sasaran untuk pengiriman *email blast* kepada *customers*. Target sasaran yang dituju antara lain *government*, *event organizer*, *wedding organizer*, *corporate*, *institution*, *travel agent*, *bank*, *media*, dan *individual*.

b. *Database*

Database merupakan kumpulan informasi yang dibuat berdasarkan data yang ada. PRO membuat *database* berupa *email*

customers, nomer telephone *customers*, maupun membuat *database customers* yang diberikan oleh *sales*. PRO juga membuat *wedding database* yang isinya merupakan vendor-vendor *wedding*. *Database* yang dibuat akan digunakan sebagai arsip PRM dan *sales & marketing* yang akan berguna ketika mencari *client* maupun promosi. *Database* dibuat berdasarkan kategori-kategori *customers* seperti, *government*, *event organizer*, *wedding organizer*, *corporate*, *institution*, *travel agent*, *bank*, media, dan *individual*.

c. *Press Release*

Press Release merupakan berita yang dibuat oleh *public relations* untuk media terkait tanggapannya mengenai isu, memberikan pernyataan, atau memberitakan *event-event* yang dilaksanakan oleh perusahaan. Pada kegiatan KKL yang dilakukan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, PRO membuat *press release* ketika akan ada kegiatan yang dilaksanakan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dan akan dikirimkan ke beberapa media untuk dimuat. Adapun *press release* yang dibuat adalah *press release event Coloring Competition*, promo *Spooky Halloween*, *event Color Fun Bike 2016*, *Hi Tea Fashion Show*, dan *Kids Spooky Halloween*.

Press release Coloring Competition merupakan *press release* mengenai *event* yang di adakan oleh The Alana Hotel

&Convention Center Yogyakarta yang merupakan kegiatan lomba mewarnai untuk anak-anak TK dan SD. PRO membuat *press release* yang menggambarkan bagaimana *event* itu berlangsung. *Press release Spooky Halloween* merupakan *press release* mengenai promo yang akan diadakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dan merupakan *press release advertorial*. Pada *press release* ini menginformasikan promo *all you can eat* yang mengusung tema *Halloween* pada bulan Oktober 2016.

Press release event Color Fun Bike 2016, PRO membuat *press release pra event* karena pada *press release* tersebut memberikan informasi mengenai *Color Fun Bike 2016* yang akan diadakan pada bulan November 2016 dan untuk melakukan promosi *event* tersebut. *Press release Kids Spooky Halloween*, hampir sama dengan *press release Spooky Halloween*. Pada *press release* menginformasikan mengenai promo yang akan diadakan pada perayaan *Halloween*. Terakhir adalah *press release Hi Tea Fashion Show*, pada *press release* menginformasikan *event* yang telah diadakan dalam memperingati hari Batik Nasional.

d. *Cooking Class for Kids*

Cooking class merupakan program rutin yang dilaksanakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta pada setiap bulannya. Program ini merupakan program kegiatan untuk

anak-anak, yang akan dilatih untuk memasak. *Cooking class* diadakan sebanyak delapan kali dimulai pada bulan Mei 2016 sampai pada *batch final* pada bulan Desember 2016. Setiap bulannya akan dipilih dua sampai tiga anak yang mengikuti *cooking class* untuk selanjutnya mengikuti *batch final* pada bulan Desember 2016.



Gambar 3.5 *Cooking Class Batch #6*

(Sumber: Dokumentasi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

Pada *pra event* PRO bertugas sebagai *call center* untuk bagian pendaftaran dan juga melakukan publikasi kepada para *customers* dan publik melalui *email blast*. Publikasi tidak hanya dilakukan melalui *email blast*, namun juga melalui penyebaran *flyer* dan pemasangan poster ke beberapa sekolah berserta surat pengantar ke TK dan SD di Yogyakarta. Selanjutnya, sehari

sebelum acara berlangsung PRO memastikan bahwa segala persiapan sudah siap termasuk juga menyiapkan sertifikat untuk para peserta, *goodie bag*, dan presensi peserta. Ketika *event* berlangsung, PRO menjaga *stand* registrasi untuk para peserta, membantu mendampingi anak-anak, dan melakukan pengambilan photo. Selama melaksanakan KKL di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, PRO mengikuti kegiatan *cooking class* sebanyak tiga kali.

e. *Coloring Competition for Kids*

Coloring competition for kids merupakan *event* yang diadakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta berupa kegiatan lomba mewarnai untuk anak-anak. *Event* ini merupakan salah satu *kids* program yang dibuat oleh PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta selain *cooking class*. Pada kegiatan ini PRO memiliki tugas untuk membuat surat penawaran *sponsorship*, membuat surat promosi untuk TK dan SD, melakukan promosi ke TK dan SD, menjadi *call center* untuk bagian pendaftaran, dan membuat *press release*. Saat *event* dilaksanakan pada 18 September 2016, PRO melakukan registrasi ulang untuk peserta dan membantu panitia lainnya dalam pengumpulan hasil, serta menyiapkan hadiah untuk pemenang. PRO juga membantu dan mendampingi PRM selama *event* berlangsung.



Gambar 3.6 Suasana kegiatan *coloring competition for kids*

(Sumber: Dokumentasi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

f. Ulang Tahun Media

PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki hubungan yang baik dengan media-media di Yogyakarta. Ketika ada salah satu media yang merayakan *anniversary*, PRM sebagai perwakilan hotel akan memberikan selamat dan *birthday cake* untuk media, serta melakukan kunjungan media. PRO disini bertugas untuk menyiapkan *birthday cake* yang akan diberikan kepada media dan mendampingi PRM menghadiri beberapa acara ulang tahun media. Kegiatan ini dilakukan sebagai salah satu bentuk hubungan media yang terjalin, agar hubungan tetap terjaga dengan baik. Adapun media yang merayakan *anniversary* pada saat

itu adalah StarJogja FM, RBTv, Kedaulatan Rakyat, dan Sindo Radio.

g. Pembukaan Jogja *Fashion Week* 2016

PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta terkadang juga mendapatkan undangan dari luar untuk menghadiri suatu event, contohnya seperti Jogja *Fashion Week* 2016. PRM mendapatkan undangan untuk menghadiri acara pembukaan Jogja *Fashion Week* 2016. PRO di sini bertugas untuk menggantikan PRM untuk menghadiri undangan, berhubung PRM sedang melaksanakan tugas lainnya.

h. Jimbaran *Seefood* Promo

Jimbaran *seefood night market* merupakan promo kepiting bumbu Jimbaran yang diadakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Promo ini baru di *launching* pada bulan Agustus 2016. Saat *launching* promo PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta banyak mengundang media untuk meliput *launching* promo tersebut dan sebagai publikasi. Pada acara *launching* Jimbaran *seefood night market*, PRO bertugas untuk menyambut tamu undangan dan mempersilahkan duduk ditempat yang sudah disediakan. PRO juga memberikan *press release* kepada para media yang datang, menyiapkan presensi

media, serta mendampingi PRM untuk bertemu dengan rekan media.



Gambar 3.7 Launching promo Jimbaran *Seefood Night Market*

(Sumber: Dokumentasi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta)

i. *Photo Taking*

Pada kegiatan *photo taking*, PRO diajarkan untuk mengoperasikan sebuah kamera, bagaimana cara mengambil gambar yang baik, dan bagaimana cara mengambil gambar produk. Disini PRO dibimbing oleh *graphic designer* untuk bisa menjadi *photografer*, karena menjadi *public relations* juga harus perlu mengetahui dan memahami cara pengambilan gambar. Terkadang PRO juga menggantikan *graphic designer* untuk mengambil

gambar pada saat ada *event*. Di sini PRO menjadi lebih mengetahui bagaimana cara mengambil gambar yang benar termasuk juga bagaimana cara mengambil foto untuk makanan atau produk.

j. Liputan Kresna TV

Kresna TV merupakan stasiun TV lokal dari Yogyakarta yang memang kebetulan belum memiliki studio untuk melakukan siaran. Saat itu Kresna TV bekerja sama dengan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam menyediakan tempat untuk mengadakan *shooting*. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta juga diundang untuk menjadi bintang tamu di acara *talkshow* Kresna TV. *Shooting* diadakan selama dua hari, PRO bertugas untuk membantu PRM dalam mengawasi *shooting* yang berlangsung dan pada hari kedua PRO mendampingi PRM untuk melaksanakan *talkshow* bersama Kresna TV. Melalui *talkshow* Kresna TV disini PRM membangun *brand awareness* The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta kepada masyarakat Yogyakarta untuk lebih dikenal lagi dan mempublikasikan promo-promo atau *event* yang akan diadakan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

k. *Kids Halloween Party*

Kids Halloween Party adalah *event* yang diadakan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam menyambut

dan merayakan *Halloween day*. *Event* ini diadakan untuk mengajak anak-anak merayakan *Halloween* dengan mengenakan kostum seram yang lucu. Pada *event* ini juga menghadirkan promo *dinner all you can eat, trick or treat*, dan *lucky draw*. Selain itu *kids halloween party* juga akan memilih salah satu anak yang mengikuti *event* untuk mendapatkan *best costume*. Pada *event* ini PRO bertugas untuk melakukan promosi kepada para *customers* melalui *email blast*.

1. *Wedding Expo*

Wedding expo dilaksanakan untuk menjual paket *wedding* The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. PRO bertugas untuk membantu PRM dan *sales manager banquet* untuk mempersiapkan *wedding expo* seperti, *wedding database, wedding flyer, wedding kit*, maupun *souvenir* yang akan dibawa dan digunakan saat *wedding expo*.

m. *Room Voucher Requisition*

PRO juga bertugas untuk membuatkan *room voucher requisition* sesuai dengan permintaan PRM. *Room voucher* yang sudah dibuat akan diajukan kepada *general manager* untuk disetujui. Biasanya *voucher* ini digunakan untuk memberikan *gift* saat ada *event* maupun untuk barter kerjasama.

n. *Banquet Event Order (BEO)*

Banquet Event Order (BEO) merupakan detail dari *event* yang akan diadakan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta seperti, detail *set up*, *venue*, perlengkapan yang akan digunakan, menu yang akan disajikan, dan juga detail harga serta pembayaran. BEO pada dasarnya adalah pekerjaan yang dilakukan oleh tim *sales*, namun di sini PRO membantu *sales group coordinator* untuk menjalankan BEO seperti, meminta tanda tangan dari *sales*, *director of sales*, *cheff*, *director of banquet*, dan *general manager* agar BEO tersebut dapat dilaksanakan pada *event* yang sudah terjadwal. Kegiatan ini hampir setiap hari dilaksanakan namun tidak rutin.

o. *Internal Order*

Internal order dilakukan antar *departement* hotel dengan menggunakan *form internal order*. PRO biasanya memesan *cake* atau makanan untuk acara ulang tahun media maupun *corporate* yang menjalin relasi dengan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, dan juga untuk kegiatan *sales call*. Kegiatan ini cukup sering dilaksanakan oleh PRO, mengingat The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki banyak relasi diluar sana yang hubungannya memang sangat dijaga oleh PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta terlebih lagi dengan media.

p. *Purchase Requisition*

Purchase requisition merupakan *form* untuk order barang dari luar. PRO selalu melakukan pemesanan barang yang kiranya dibutuhkan oleh *sales & marketing departement*. Bagian *sales & marketing* biasanya selalu memesan *flyer* promo-promo, *news latter*, maupun *flyer event* yang berlaku untuk diberikan kepada *customers* dan untuk publikasi serta penjualan. Selain itu juga ada *stationary*, *name card*, *banner*, maupun *back drop* yang di order untuk *events* sesuai dengan permintaan tim *sales*.

q. Eksternal *call*

Eksternal *call* disini yang dimaksud adalah PRO ditugaskan untuk menghubungi pihak eksternal yang ingin bertemu dengan PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, melakukan *follow up* untuk kerja sama, maupun menerima telephone dari luar seperti *customers* atau calon *sponsorship*.

C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL

1. Analisis Konsep *Public Relations* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Public relations merupakan hubungan yang dikelola dalam suatu komunikasi antara perusahaan dengan publik. Cutlip, Center, & Broom menjelaskan bahwa:

“Public relations adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, menetapkan, dan memelihara hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya, baik internal

maupun eksternal yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi” (1985, p. 4).

Konsep *public relations* menurut The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta adalah kegiatan mengelola hubungan dengan publik internal dan eksternal, yang mana hubungan tersebut harus dijaga dengan baik untuk membentuk dan menunjukkan citra positif perusahaan.

Konsep *public relations* dari The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta tidak sesuai dengan konsep di atas yang menyatakan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen, yang mana *public relations* menerapkan perencanaan, pengorganisasian, dan evaluasi dalam kegiatannya membangun dan menjaga hubungan dengan publik. PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam menjalankan tugasnya sebagai *public relations* ia tidak menjalankan fungsi manajemen dalam aktivitasnya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam kegiatannya membangun dan menjaga hubungan dengan publik baik internal maupun eksternal justru lebih cenderung pada teknis komunikasi. Meskipun PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta kerap membuat dan melaksanakan program untuk melakukan *branding* hotel, tetapi dalam program yang dibuat tidak dilakukan *fact finding* terlebih dahulu maupun evaluasi di akhir program.

Jika dilihat dari *jobdesk* yang dimiliki oleh PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, tidak ada yang menerangkan bahwa salah satu *jobdesk* yang dijalankan yaitu melakukan fungsi manajemen. Selain menjalin

hubungan dengan relasi dan pihak internal serta eksternal hotel, pada *jobdesk* juga menerangkan bahwa PRM bertugas untuk membuat, menyusun, dan menjalankan kegiatan promosi. Hal ini dapat diperjelas dengan hasil observasi yang dilakukan, bahwa PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta kerap melakukan promosi hotel dengan membuat program untuk menarik pelanggan dan membangun *brand awareness* hotel. Sehingga perdasarkan pada konsep *public relations* dan *jobdesk* yang dimiliki, PRM The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta pada aktivitasnya memang tidak menjalankan fungsi manajemen namun lebih menjalankan teknis komunikasi untuk membangun dan menjaga hubungannya dengan publik internal dan eksternal hotel.

2. Analisis Konsep Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Aktivitas *public relations* yang berhubungan dengan membentuk dan menjaga citra perusahaan sudah pasti berkaitan dengan publik. Adianto (2014, p. 118) menjelaskan bahwa publik adalah kelompok orang-orang yang memiliki interaksi atau berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Publik didefinisikan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta sebagai orang yang ada disekitar perusahaan dan membawa pengaruh bagi perusahaan. Berdasarkan dua konsep tersebut, dapat dipaparkan bahwa konsep The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta tidak mengatakan secara langsung bahwa publik adalah sekelompok orang yang berinteraksi dengan perusahaan namun, sekelompok

orang yang membawa pengaruh. Secara logika dapat disimpulkan bahwa publik yang akan membawa pengaruh bagi perusahaan adalah publik yang berinteraksi dengan perusahaan, baik publik internal maupun publik eksternal.

Karyawan yang merupakan bagian dari perusahaan adalah publik yang memiliki peran penting dalam mendukung perusahaan untuk mencapai tujuannya. Arti karyawan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapatkan gaji. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mendefinisikan karyawan sebagai aset perusahaan yang sangat penting, yang mana baik dan buruknya perusahaan dapat tercermin dari karyawan perusahaan. Definisi karyawan menurut The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengartikan bahwa karyawan dapat menjadi cermin baik buruknya suatu perusahaan terlihat dari bagaimana karyawan tersebut berkontribusi untuk perusahaan. Kinerja dan kontribusi karyawan dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu menjaga hubungan dengan karyawan menjadi hal yang tidak kalah penting untuk dilakukan oleh perusahaan apapun termasuk The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

3. Analisis Konsep Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Menjalin dan menjaga hubungan dengan karyawan dikenal dengan aktivitas hubungan karyawan. Aktivitas hubungan karyawan merupakan salah

satu aktivitas *public relations* yang harus dilakukan, dalam artian *public relations* tidak hanya membentuk dan menjaga citra serta reputasi perusahaan kepada publik eksternal namun juga kepada karyawan sebagai publik internal. Hubungan karyawan merupakan;

“Kegiatan untuk membina serta meningkatkan komunikasi di dalam perusahaan untuk menciptakan komunikasi vertikal dan horizontal yang terbuka, yang mana hal ini dapat merangsang kreativitas dan produktivitas, dan meningkatkan dukungan kepada tim manajemen” (Hardiman, 2006, p.37).

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mendefinisikan hubungan karyawan sebagai hubungan antara perusahaan dengan karyawan yang harus dibina dan dijaga, karena karyawan sendiri akan membantu perusahaan.

Konsep hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengartikan bahwa, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta membina hubungan perusahaan dengan karyawan untuk menjaga relasi dan nantinya karyawan akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Hal ini sejalan dengan konsep Hardiman seperti yang sudah dipaparkan di atas, yang mana dalam membina hubungan dengan karyawan pasti akan menciptakan komunikasi yang terbuka. Berawal dari komunikasi maka karyawan akan termotivasi dan loyal kepada perusahaan, sehingga kontribusi dan kinerja karyawan akan meningkat dan nantinya akan sangat mendukung tim manajemen serta membantu perusahaan.

Hubungan karyawan merupakan salah satu aktivitas yang dijalankan oleh praktiksi *public relations*, namun di The Alana Hotel & Convention

Center Yogyakarta untuk aktivitas hubungan karyawan lebih banyak dijalankan oleh bagian HRD seperti membuat dan melaksanakan program kegiatan hubungan karyawan. Hal ini dikarenakan segala sesuatu yang berhubungan dengan karyawan menjadi tanggung jawab HRD termasuk juga hubungan karyawan karena, divisi *public relations* di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta lebih berfokus pada membangun citra dan *brand awareness* hotel kepada publik mengingat bahwa The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta merupakan hotel baru di Yogyakarta.

4. Analisis Aktivitas Hubungan Karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

Aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta lebih banyak dilaksanakan oleh bagian HRD. Aktivitas hubungan karyawan dilaksanakan melalui program-program yang dibuat khusus untuk karyawan, yang mana setiap program tersebut memiliki tujuannya masing-masing. Ada beberapa kegiatan hubungan karyawan yang dilaksanakan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta seperti, pemberian pelatihan, penghargaan, maupun kegiatan-kegiatan di hari tertentu.

Menurut Ruslan terdapat beberapa macam bentuk program hubungan karyawan yang dapat dilaksanakan perusahaan antara lain, program pendidikan dan pelatihan, program motivasi kerja berprestasi, program penghargaan, program acara khusus, dan program komunikasi internal (2005, p. 273-274). Menganalisis berdasarkan dari jenis program hubungan karyawan

tersebut, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta telah melaksanakan beberapa dari program tersebut. Adapun program yang telah dilaksanakan sebagai berikut:

a. Program Pendidikan dan Pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan diberikan kepada karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan kerja dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan (Ruslan, 2005, p. 273). Pada program pendidikan dan pelatihan, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta memiliki program internal training untuk setiap karyawannya. *Internal trainee* dilaksanakan untuk karyawan setiap *departement* dan dilaksanakan setiap satu bulan sekali. Melalui rencana materi yang dibuat, setiap *departement* memiliki materi yang berbeda-beda pada setiap bulannya.

Adanya pelatihan yang diberikan kepada karyawan, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menginginkan karyawannya memiliki keterampilan kerja yang bagus sehingga akan meningkatkan kinerja karyawan. Apa yang diharapkan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam program ini sejalan dengan apa yang dikatakan Ruslan (2005, p. 273) yaitu, program pelatihan diberikan untuk meningkatkan keterampilan kerja dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan. Melalui internal training ini karyawan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta menjadi

memiliki pengetahuan yang lebih dari sebelumnya, dan dapat digunakan dalam dunia kerja di perhotelan.

b. Program Penghargaan

Ruslan menjelaskan bahwa, perusahaan akan memberikan penghargaan atau *reward* kepada karyawan yang berprestasi, yang mana hal tersebut bertujuan untuk menunjukkan rasa peduli perusahaan kepada karyawan (2005, p. 23). Program *employee of the month* dan *the best employee of the year* merupakan program penghargaan yang dijalankan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. Program *employee of the month* merupakan program pemilihan karyawan berprestasi setiap tiga bulan, sedangkan *the best employee of the year* adalah pemilihan karyawan berprestasi pada setiap tahun yang mana pesertanya adalah karyawan yang terpilih dari *employee of the month*.

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta akan memberikan *reward* berupa sertifikat dan tunjangan untuk para karyawannya yang mendapatkan *employee of the month* maupun *the best employee of the year*. *Reward* tersebut sebagai bentuk penghargaan dari The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta kepada kinerja dan loyalitas karyawannya selama ini. Seperti apa yang sudah dijelaskan dalam teori, program penghargaan ini dapat menunjukkan kepedulian The Alana Hotel & Convention Center

Yogyakarta kepada karyawan serta dapat meningkatkan loyalitas karyawan kepada The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dan hal ini sesuai dengan teori yang ada.

c. Program Acara Khusus

Program acara khusus diadakan apabila bertepatan dengan peringatan tertentu, seperti perayaan *anniversary*, hari raya, 17 Agustus, maupun hari peringatan lainnya. Perusahaan akan merencanakan suatu kegiatan khusus di luar kegiatan pekerjaan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama antara karyawan dan pimpinan (Ruslan, 2005, p. 24). Seperti apa yang dijelaskan oleh Ruslan, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta melaksanakan kegiatan perlombaan yang masuk dalam program acara khusus guna untuk menumbuhkan keakraban karyawan dan tim manajemen serta dapat menumbuhkan rasa kekeluargaan. Adapun program yang dibuat yaitu perlombaan dalam memeriahkan peringatan 17 Agustus, Archipelago futsal *competition* se-Jateng dan DIY, perayaan *anniversary*, kegiatan *outing* karyawan, dan pengajian.

Kegiatan perlombaan diadakan dengan tujuan untuk meningkatkan kekompakan karyawan dalam bekerja, terutama saat bekerja dalam tim. Begitu juga dengan *outing*, nilai kekeluargaan yang ditanamkan kepada karyawan salah satunya dipupuk melalui kegiatan *outing* ini. Kegiatan pada program acara khusus tersebut dilaksanakan

oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta untuk memupuk rasa kekeluargaan antar karyawan sehingga tidak ada jarak antara karyawan satu dengan yang lainnya.

d. Program Komunikasi Internal

Ruslan menjelaskan bahwa program komunikasi internal dapat memudahkan proses komunikasi dan menciptakan komunikasi yang baik serta harmonis, hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan media yang tepat dan sesuai dengan target sasaran (2005, p. 24). Media yang digunakan dalam program komunikasi internal biasanya berupa *news release*, majalah perusahaan, dan buletin. Namun The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam melaksanakan program komunikasi internal menggunakan media-media yang dinilai sesuai dengan target mereka yaitu karyawan. Media yang dipilih menyesuaikan dengan target sasaran bertujuan agar karyawan dapat dengan mudah melakukan komunikasi, dan tentunya untuk mempermudah dalam menjaga hubungan antara manajerial dengan karyawan. Apa yang dilakukan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam memilih media komunikasi sesuai dengan teori di atas yang menjelaskan bahwa, untuk menciptakan komunikasi yang baik dan harmonis dapat dilakukan dengan memilih media komunikasi yang sesuai dengan target sasaran.

Adapun media yang digunakan dalam komunikasi internal The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta adalah *morning briefing, internal meeting, general staff meeting, internal memo, email,* dan *staff notice board*. *Morning briefing* adalah kegiatan komunikasi internal yang rutin dilakukan setiap paginya pada setiap *departement* maupun setiap pimpinan *departement* dengan *general manager*, melalui *morning briefing* karyawan dapat mengkomunikasikan apapun dengan pimpinannya begitu juga sebaliknya. *Internal meeting* hampir sama dengan *morning briefing*, hanya saja pada *internal meeting* karyawan dapat melaporkan hasil kerjanya pada setiap minggu atau bulan. Media komunikasi melalui *meeting* tidak hanya dilakukan setiap *departement* namun, karyawan memiliki program *meeting* sendiri yaitu *general staff meeting*. Selain itu media lainnya yang digunakan untuk berkomunikasi adalah melalui *email, internal memo, dan staff notice board*.

Memilih media dalam komunikasi internal haruslah tepat karena, menggunakan media yang tepat untuk berkomunikasi maka akan mengefektifkan komunikasi tersebut. Melalui media yang tepat, pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik dan komunikasi yang terjadi akan efektif. Pemilihan media yang tepat untuk komunikasi internal, akan mempermudah The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta atau tim manajemen dalam memberikan informasi kepada karyawan terkait perusahaan.

Hubungan karyawan tidak hanya sebatas membuat dan melaksanakan kegiatan untuk karyawan namun, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa komunikasi internal dalam suatu perusahaan menjadi bagian dari aktivitas hubungan karyawan. Melalui program-program aktivitas hubungan karyawan komunikasi internal dapat terbantu untuk berjalan secara efektif, dan jika dilihat dari apa yang dilakukan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dengan budaya kekeluargaan yang dimilikinya The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dapat menciptakan komunikasi yang efektif dengan memilih media komunikasi yang tepat.

Di sini penulis berpendapat bahwa komunikasi adalah hal yang utama dalam suatu perusahaan yang ingin selalu berkembang dan mencapai tujuannya dengan sempurna. Bagaimana komunikasi internal berjalan dalam suatu perusahaan akan mempengaruhi kualitas dari kinerja karyawan dan berpengaruh pada perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Moore;

“Kegagalan yang serius dalam komunikasi karyawan akan menciptakan kelambanan karyawan, ketidakefisienan, produktivitas menurun, semangat kerja menurun, mungkin timbul pemogokan, serta masalah lain yang menimbulkan dan merugikan organisasi, lembaga atau perusahaan, misalnya penjualan produk jasa menurun, keuntungan berkurang, juga citra dan reputasi menjadi negatif” (Ardianto, 2014, p. 100).

Maka dari itu hubungan karyawan yang meliputi komunikasi internal haruslah benar-benar dijaga dan dilaksanakan. Melalui hubungan karyawan, komunikasi internal dapat terbantu untuk menjadi komunikasi yang efektif dalam perusahaan. Penulis memaparkan berdasarkan hasil observasi dan wawancara bahwa The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta telah

melaksanakan aktivitas hubungan karyawan sesuai dengan teori yang ada. HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta sebagai pihak yang melaksanakan aktivitas hubungan karyawan mengatakan bahwa, hubungan karyawan adalah kegiatan yang penting untuk dilakukan dalam perusahaan manapun karena hubungan karyawan dapat membantu kemajuan perusahaan, termasuk juga membantu dalam pembentukan citra perusahaan kepada karyawan.

Meskipun HRD di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta mengambil peran yang banyak dalam menjalankan aktivitas hubungan karyawan, HRD memahami bahwa hubungan karyawan adalah kegiatan yang bertujuan untuk menjaga hubungan perusahaan dengan karyawan. Program-program yang dirancang dan dilaksanakan oleh HRD sebagai program aktivitas hubungan karyawan merupakan suatu program yang dibuat untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh karyawan, seperti kebutuhan untuk menunjang karier maupun kebutuhan untuk hiburan. Selain untuk memenuhi kebutuhan karyawan, melalui program yang telah dilaksanakan The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dapat membangun relasi yang diinginkan antara perusahaan atau tim manajemen dengan karyawan serta dapat memupuk nilai kekeluargaan. Selain itu dengan dilaksanakannya hubungan karyawan maka akan membantu untuk membangun citra yang positif, tercipta kekompakan antar karyawan, kedekatan antar manajerial dengan karyawan, karyawan akan memiliki kinerja yang baik, serta karyawan akan semakin loyal dengan perusahaan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta merupakan hotel bintang empat yang tergolong baru di Yogyakarta. Sebagai hotel & *convention center* yang besar di Yogyakarta tentunya memiliki kegiatan untuk membangun hubungan dengan publik dengan tujuan untuk membangun dan menjaga citra hotel. Salah satu publik yang penting dalam sebuah perusahaan adalah karyawan yang merupakan publik internal perusahaan. Sebagai aset perusahaan, menjaga hubungan dengan karyawan sangatlah penting yang mana kegiatan tersebut dikenal dengan hubungan karyawan.

Terdapat dua divisi yang menjalankan aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, yaitu divisi *public relations* dan HRD. Divisi *public relations* menjalankan hubungan karyawan dari aspek membentuk citra positif perusahaan kepada karyawan. Sedangkan program aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta justru lebih banyak dirancang dan dilaksanakan oleh divisi HRD. Terdapat empat jenis program yang dirancang dan dilaksanakan sebagai aktivitas hubungan karyawan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.

Pertama, program pelatihan dan pendidikan yang dilaksanakan melalui program *internal trainee* untuk karyawan setiap *departement*. Kedua, program penghargaan yang dilaksanakan melalui program *employee of the month* dan *the best employee of the year*. Ketiga, program acara khusus yang dilaksanakan melalui kegiatan-kegiatan seperti perlombaan 17 Agustus, ulang tahun, *outing*, dan pengajian. Keempat, program komunikasi internal yang dilaksanakan dengan media komunikasi berupa *morning briefing*, *internal meeting*, *general staff meeting*, *internal memo*, *email*, dan *staff notice board*.

Jika dilihat secara keseluruhan aktivitas hubungan karyawan yang dilaksanakan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta lebih dominan pada program pengembangan berupa *internal trainee* dan program penghargaan berupa *employee of the month*. Adapun program pengembangan ini merupakan program yang dilaksanakan untuk pengembangan karier karyawan dari segi pengetahuan dan keterampilan untuk mendukung kinerja yang lebih baik. Sedangkan program penghargaan yang dilaksanakan melalui program *employee of the month*, program ini mengapresiasi karyawan dengan kriteria penilaian tertentu atas prestasi yang telah diraih. Program penghargaan yang dilaksanakan memiliki media koordinasi penilaian melalui *general staff meeting*, yang mana karyawan dapat ikut berpartisipasi dalam penilaian.

Penulis menyimpulkan melalui kedua program yang dominan ini, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dapat menjadikan program tersebut untuk menjadi media dalam halnya membangun relasi yang lebih baik

lagi, serta menunjukkan kepeduliannya dan loyalitas kepada karyawan. Namun di sini masih terlihat kurang dari pelaksanaan kegiatan khusus yang dilaksanakan di luar jam kerja seperti kegiatan *outing* yang baru diadakan hanya sekali, yang mana kegiatan ini juga penting untuk lebih menumbuhkan kebersamaan dan rasa kekeluargaan karyawan. Meskipun begitu apa yang telah dilakukan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dalam aktivitas hubungan karyawan, sudah sesuai dengan maksud dan tujuan dari hubungan karyawan itu sendiri.

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan pada laporan Kuliah Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta terkait hubungan karyawan adalah sebagai berikut:

1. Divisi HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dapat merancang kegiatan di luar pekerjaan seperti liburan bersama dengan karyawan, atau mungkin jika waktu tidak memungkinkan bisa merencanakan kegiatan yang hanya memerlukan waktu singkat seperti makan malam bersama.
2. Divisi HRD The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta dapat melakukan koordinasi dengan karyawan melalui *general staff meeting* ketika HRD akan merancang suatu program acara khusus, hal ini perlu dilakukan agar kegiatan yang dirancang juga sesuai dengan keinginan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nur., Didik Hermawan. (2012). *Analisis pengaruh hubungan karyawan (employee relation) terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Menara Kartika Buana di Karanganyar*. Surakarta, Indonesia: Universitas Muhammdiyah Surakarta.
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Handbook of public relations: pengantar komprehensif*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Archipelago International. (2016). *Who is Archipelago International*. Diakses pada 4 Oktober 2016, dari <https://www.archipelagointernational.com/en/who-is-archipelago-international/>.
- Baskin, Otis., Craig Aronoff, dan Dan Lattimore. (1997). *Public relations the profession and the practice*. United States of America: Time Mirror Higher Education Group, Inc.
- BisnisIndeks, Tim. (2012). *S.O.S (strategi orang sukses) bisnis*. Jakarta, Indonesia: Tangga Pustaka.
- Cutlip, Scot M., Allen Center, dan Glen M. Broom. (1985). *Effective public relations(6th edition)*. United States of America: Prentice-Hall, Inc.
- Djati, S. Pantja., Ferrinadewi, Erna. (2004). *Pentingnya karyawan dalam pembentukan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa: (suatu*

kajian dan proposisi). Universitas Kristen Petra: Jurnal Manajemen & Kewirausahaan.

Hardiman, Ima. (2006). *400 Istilah PR media dan periklanan*. Jakarta, Indonesia: Gagas Ulung.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2016). *Arti kata karyawan*. Indonesia: KBBI. Diakses pada 4 Oktober 2016, dari <http://kbbi.web.id/karyawan.html>.

Kriyantono, Rachmat. (2012). *Public relations & crisis management: pendekatan critical public relations, etnografi kritis & kualitatif*. Jakarta, Indonesia: Kencana.

Lanang, Abraham Hario. (2016). *Kegiatan promosi dan relasi media oleh public relations di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta*. (Laporan Hasil Magang, The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, 2016)

Munshi, M.E.K., B.A (Econs), dan Dip. Ed. (1995). *Step by step guide to ICCI (third level)*. Singapore: S.S. Mubarak & Brothers Pte Ltd.

Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. Jakarta, Indonesia: PT. Raja Grafindo Persada.

The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta. (2016). *The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta*. Diakses pada 4 Oktober 2016, dari <https://www.alanahotels.com/id/our-hotels/hotel/about/2/the-alana-yogyakarta-hotel---convention-center/>.

LAMPIRAN

Pada bagian ini akan dilampirkan beberapa dokumen pendukung selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta, yang terhitung secara resmi berdasarkan surat jalan dari Fakultas sejak 18 Agustus 2016 sampai 31 Oktober 2016. Adapun lampiran yang disertakan berupa:

1. Surat Keterangan KKL dari The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.
2. Lembar Penilaian Fakultas.
3. Lembar Kegiatan Harian.
4. Sertifikat KKL.
5. Lembar Penilaian The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta.
6. Portofolio Karya:
 - a. *Press Release*: The Alana Yogyakarta Adakan Lomba Mewarnai.
 - b. *Press Release*: The Alana Yogyakarta Adakan Color Fun Bike 2016.
 - c. *Press Release*: The Alana Yogyakarta Gelar Hi Tea Fashion Show.
 - d. *Press Release*: Kids Spooky Halloween The Alana Yogyakarta.
 - e. *Press Release*: Nikmati Makan Malam dengan Nuansa Halloween di The Alana Yogyakarta.
 - f. *Press Release*: Pajero Owner Club Adakan Jambore di The Alana Yogyakarta.
7. Dokumentasi Keterlibatan Mahasiswa.

The Alana

HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BY ASTON

LETTER OF REFERENCE

232/HRD/SK-Alana/X/2016

With this letter, I would like to inform you that I am the undersigned,

Name : Rio Yanuar Ali Reza
Position : Asst. Human Resources Manager

Herewith to certify that our trainee:

Name : Chikana Prahesti
Position : Public Relation Officer
Department : Sales and Marketing

Has been trainee at The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta since August 01st 2016 until October 31st 2016.

Hopefully, this letter of reference meet your acceptance and can be used as it is for.

Yogyakarta, October 31st 2016

Sincerely yours,



HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BY ASTON

Rio Yanuar Ali Reza

Asst. Human Resources Manager

**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

RAHASIA

Dibuat Rangkap 2 (dua) :
Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan *)
Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : CHIKANA PRAHESTI
NIM : 130904907

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di THE ALANA HOTEL AND CONVENTION CENTER di
pada tanggal 18 Agustus 2016 sampai dengan 31 Oktober 2016
dan diberikan penilaian sebagai berikut :

No.	ASPEK PENILAIAN	Nilai **)
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat)	80
2.	KREATIVITAS (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL)	70
3.	KERJASAMA (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam): (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja institusi.	80
4.	KEHADIRAN (Penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut) : Sakit : hari Ijin : hari Alpa : hari Total Hadir : hari	80

KESAN UMUM :

- Kurang Percaya diri
- Harus lebih energik.
- Hr AKTIF mengikuti semua hal sesuai dng bidang / Lingkup kerjanya.

YOGYAKARTA, 31 OKTOBER 2016

Pembimbing di Lokasi KKL

Wiwid A.W. Dayat

*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL

***) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

CHIKANA PRAHESTI

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
1	Sabtu Kamis, 18-8-2016	08.30	Public Relations	Morning Briefing	[Signature]
		08.45	Public Relations	Email Blast	
		10.00	Public Relations	Membuat database	
		11.00	Public Relations	Email Blast	
		14.00	Public Relations	Email Blast	
		15.00	Public Relations	TTD BEO	
		16.00	Public Relations	Email Blast	
		17.00	Public Relations	Email Blast	
2	Jumat, 19-8-2016	11.00	Public Relations	Email Blast	[Signature]
		12.00	Public Relations	Membuat email database	
		14.00	Public Relations	Email Blast	
		14.15	Public Relations	Mengiapkan surat penempelan poster di TR	
		16.00	Public Relations	BEO, Purchase Requisition	
		16.20	Public Relations	Email Blast	
		17.00	Public Relations	Email Blast	
3	Senin, 22-8-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	[Signature]
		08.30	Public Relations	Email Blast	
		09.00	Public Relations	Membuat email database	
		10.40	Public Relations	Membantu SS merapikan file.	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/ General Manager

Kepala Bagian/Departemen

The Alana
 HOTEL & CONVENTION CENTER
 JALAN SUDIRMAN NO. 100
 YOGYAKARTA
 BY ASTON

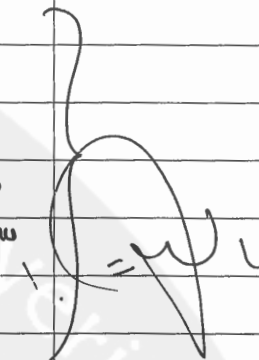
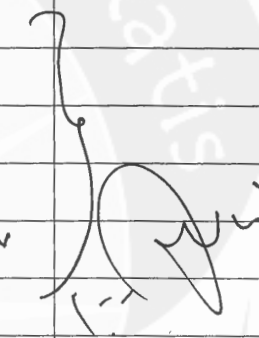
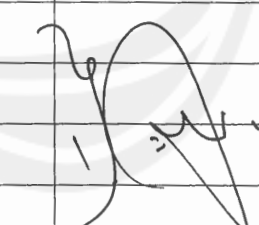
[Signature]

[Signature]

(.....)

LEMBAR KEGIATAN KKL

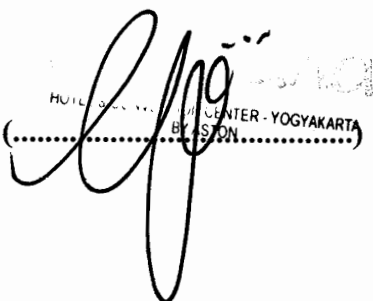
Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
		11.00	Public Relations	Email Blast	
		13.00	Public Relations	Membuat surat sponsorship	
		14.00	Public Relations	Email Blast	
		14.30	Public Relations	Kirim surat sponsorship	
		15.00	Public Relations	Take photo for menu and room	
		16.00	Public Relations	Email Blast	
		17.00	Public Relations	Email Blast	
4	Selasa, 23-8-2016	08.30	Public Relations	Morning Briefing	
		08.45	Public Relations	Email Blast	
		09.00	Public Relations	Kirim surat promo cooking class	
		11.00	Public Relations	Email Blast	
		11.30	Public Relations	Ulang Tahun RBTU	
		14.00	Public Relations	Editing proposal	
		16.00	Public Relations	Email blast	
		17.00	Public Relations	Email blast	
5	Rabu, 24-8-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	
		08.30	Public Relations	Email Blast	
		09.25	Public Relations	BEO	
		09.30	Public Relations	Wedding database	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/General Manager

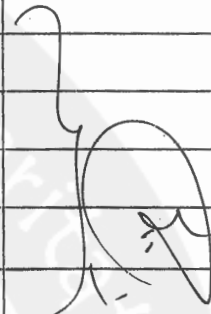
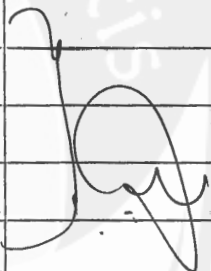
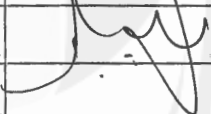
Kepala Bagian/Departemen


 HOTEL ... CENTER - YOGYAKARTA
 BY ASTON


 (.....)

LEMBAR KEGIATAN KKL

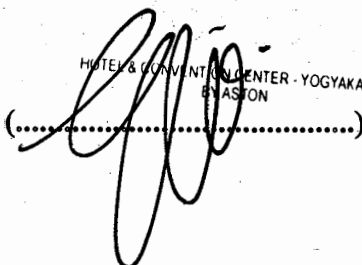
Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016


No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
		11.00	Public Relations	Email Blast	
		14.00	Public Relations	Pembukaan JogjaFashion	
		16.00	Public Relations	Promo cooking class	
		17.00	Public Relations	Email blast / Jimbaran PROMO	
6	Kamis, 25-8-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30, 11.00, 14.00, 16.00, 17.00	Public Relations	Email blast (sesuai jam)	
		11.30	Public Relations	Surat promosi Lomba Melukis	
		13.00	Public Relations	Wedding database	
		08.15	Public Relations	Morning Briefing	
7	Jumat, 26-8-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email Blast	
		09.00	Public Relations	Wedding database	
		10.30	Public Relations	Prepare for cooking class	
		10.00	Public Relations	Cooking Class	
8	Minggu, 28-8-2016	10.00	Public Relations	Cooking Class	
9	Senin, 29-8-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	
		09.00	Public Relations	Wedding database	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
		08.15	Public Relations	Morning briefing	
10	Rabu, 31-8-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		09.00	Public Relations	Cafe order for KK	
		09.30	Public Relations	Wedding database	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/General Manager

Kepala Bagian/Departemen


HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BYASTON


(.....)

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
		10.00	Public Relations	PR Sign	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast.	
11	Kamis, 1-9-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	
		09.00	Public Relations	Wedding database.	
		10.00	Public Relations	Input lomba tahunan	
		14.00	Public Relations	Wedding database.	
		16.00	Public Relations	Press Release Lomba tahunan	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast.	
12	Jumat, 2-9-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	
		09.00	Public Relations	Press Release Halloween.	
		10.00	Public Relations	Press Release olahraga bike	
		14.00	Public Relations	Wedding database	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
13	Senin, 5-9-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing.	
		09.00-14.00	Public Relations	Wedding Database	
		15.00	Public Relations	SEO	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast.	
14	Selasa, 6-9-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	
		10.00	Public Relations	Database	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/General Manager

Kepala Bagian/Departemen

HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BY ASTON

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast.	
15	Rabu, 7-9-2016	08.30	Public Relations	Morning briefing	
		09.00	Public Relations	Internal circle (cate, nda, rekam)	
		09.30	Public Relations	Surat Promosi lomba mewarnai	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
16	Kamis, 8-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		09.00 - 15.00	Public Relations	Sales BHT dan Promosi lomba	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast.	
17	Jumat, 9-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing.	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast.	
		14.00	Public Relations	PR	
18	Selasa, 13-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
		15.00 - 17.30	Public Relations	TM Fun bite.	
19	Rabu, 14-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		10.00	Public Relations	Database	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
20	Kamis, 15-9-2016	08.15	Morning briefing Public Relations	Morning briefing	
		09.00	Public Relations	Follow up sponsorship	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/ General Manager

Kepala Bagian/Departemen

(.....)
 CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
 (.....)

(.....)

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
	Kamis, 15-9-2016	11.00	Public Relations	Buat accord	
		14.00	Public Relations	Take photo	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
21	Jumat, 16-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		10.00	Public Relations	Prepare all for coloring competitions	
		15.30	Public Relations	Prepare certificate from cooking class	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
22	Minggu, 18-9-2016	07.30-11.30	Public Relations	Coloring competition.	
23	Sabtu, 19-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
24	Senin, 20-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
		11.00	Public Relations	Menyampaikan press release.	
25	Rabu, 21-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
26	Kamis, 22-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30 - 17.00	Public Relations	Email blast	
27	Jumat, 23-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		09.00	Public Relations	Prepare for cooking class	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/General Manager

Kepala Bagian/Departemen

HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BY ASTHA

(.....)

(.....)

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
28	Minggu, 25-9-2016	09.30-13.00	Public Relations	Cooking class	
29	Senin, 26-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		09.00	Public Relations	Mengiapkan press release, media fit	
		10.00	Public Relations	Internal order	
		08.30-19.00	Public Relations	Email blast	
		13.00	Public Relations	Room voucher request	
30	Selasa, 27-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-19.00	Public Relations	Email blast	
31	Rabu, 28-9-2016	08.15	Public Relations	Morning blast	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
32	Kamis, 29-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		11.00	Public Relations	Mengawasi peliputan krema TV	
		16.00	Public Relations	Preparang for wedding expo	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
33	Jumat, 30-9-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		10.00	Public Relations	Liputan krema TV	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
34	Senin, 3-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/General Manager

Kepala Bagian/Departemen

HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BY AS ON

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
		10.00	Public Relations	Buat press release	
		14.00	Public Relations	Prepare for wedding expo	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
35	Selasa, 4-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		10.00	Public Relations	Prepare for wedding expo	
		13.00	Public Relations	Buat press release	
		15.00	Public Relations	PR order	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
36	Rabu, 5-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		10.00	Public Relations	Prepare wedding expo	
		13.00	Public Relations	BEO	
		08.30-17.00	Public Relations	Email Blast	
37	Kamis, 6-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		11.00	Public Relations	BEO	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
38	Jumat, 7-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		10.00	Public Relations	PR order.	
		14.00	Public Relations	Mendampingi PEM	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/General Manager

Kepala Bagian/Departemen

HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
ASTON

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustuss.d. 31 Oktober 2016

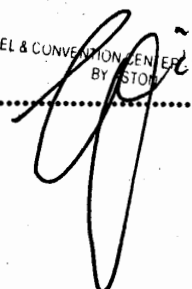
No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
39	Selasa, 11-10-2016	08.15	Public Relations	Morning Briefing	
		10.00	Public Relations	PR	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
40	Rabu, 12-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		11.00	Public Relations	PR	
		13.00	Public Relations	BCO	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
41	Kamis, 13-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		10.00	Public Relations	Wedding database	
		18.00	Public Relations	PR	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
42	Jumat, 14-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
43	Senin, 17-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
44	Selasa, 18-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
45	Rabu, 19-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016


Kepala Kantor/General Manager

Kepala Bagian/Departemen

HOTEL & CONVENTION CENTER YOGYAKARTA
BY STON
(.....)



(.....)



LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 18 Agustus 2016 s.d. 31 Oktober 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan
46	Kamis, 20-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
		19.00	Public Relations	Working database	
47	Jumat, 21-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
48	Senin, 24-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
49	Selasa, 25-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
		10.00	Public Relations	Beo	
50	Rabu, 26-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
51	Kamis, 27-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
52	Jumat, 28-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	
53	Senin, 31-10-2016	08.15	Public Relations	Morning briefing	
		08.30-17.00	Public Relations	Email blast	

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

Kepala Kantor/General Manager

Kepala Bagian/Departemen

HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
 (.....)

(.....)

The Alana

HOTEL & CONVENTION CENTER - YOGYAKARTA
BY ASTON

ASTONIZED!

Certifying

Chikana Prahesti

Student Of

Atma Jaya University Yogyakarta

Has Successfully Completed

Her On the Job training session at The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta

August 01st, 2016 – October 31st, 2016

In

SALES AND MARKETING DEPARTMENT

During her period of Job training Ms. Chikana Prahesti has shown a performance that merit our expectation

We wish her all the best on her future career

Granted on October 31st 2016

At The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta



Syaiful Manan

General Manager

The Alana

HOTEL & CONVENTION CENTER · YOGYAKARTA
BY ASTON

On The Job Training Evaluation Form

Name Of Trainee : Chikana Prahesti
Student of : Atma Jaya University Yogyakarta
Period of OJT : August 01st 2016 – October 31st 2016
Department : Sales and Marketing Department

EVALUATION POINTS	1	2	3	4
	Do not meet expectation	Standard	Good	Outstanding
Appearance			3.5	
Attitude toward supervisors and colleagues				3.6
Adaptability to the work environment			3.3	
Learning ability			3.4	
Communication ability			3.2	
Knowledge Of Job obtained				3.6
Attendance Record			3.5	
Sub total			16.9	7.2
Total score	24.1			
Category of Achievement	EXCELLENT			

Yogyakarta, October 31st 2016

Evaluated by



Asmoro Handriyanto
Director of Sales

Acknowledged by



Rio Yanuar Ali Reza
Asst. HR Manager

Note : 24 - 28 : Excellent , 18 - 23 : Good , 13 - 18 : Meet Standard

PORTOFOLIO KARYA

PRESS RELEASE

The Alana Yogyakarta Adakan Lomba Mewarnai

YOGYAKARTA, 18 SEPTEMBER 2016. The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta pada hari Minggu 18 September 2016 terlihat ramai dikunjungi oleh anak-anak TK dan SD. Tidak seperti biasanya suasana ramai dengan anak-anak terlihat di The Alana Yogyakarta. Rupanya anak-anak tersebut sedang mengikuti “Coloring Competition for Kids” yang diadakan oleh The Alana Yogyakarta.

Coloring Competition merupakan kegiatan lomba mewarnai untuk anak-anak usia TK hingga SD kelas 2 yang baru pertama kali diadakan oleh The Alana Yogyakarta. Meski baru kalipertama mengadakan lomba mewarnai untuk anak-anak, kegiatan ini diikuti oleh sekitar 100 orang anak yang berasal dari berbagai sekolah TK dan SD di Yogyakarta.

Selama acara berlangsung yang dimulai pukul 08.00 WIB anak-anak yang mengikuti lomba terlihat senang dan asik ketika mewarnai gambar mereka. Bukan hanya itu, mereka juga sangat antusias dengan lomba mewarnai ini yang dapat mengasah kreativitas mereka dalam mewarnai. Anak-anak yang menang dalam perlombaan ini membawa pulang hadiah yang cukup banyak berupa trophy, merchandise, voucher menginap di The Alana Yogyakarta, dan juga sertifikat.

Kegiatan lomba mewarnai sengaja diadakan oleh The Alana Yogyakarta untuk mengenalkan dan membangun brand awareness The Alana Yogyakarta kepada masyarakat Yogyakarta. Selain itu The Alana Yogyakarta melalui kegiatan ini juga berusaha membantu untuk mengembangkan bakat dan kreativitas anak-anak dalam bidang mewarnai. Orang tua anak yang mendampingi saat acara berlangsung juga berpendapat bahwa, melalui kegiatan lomba mewarnai yang diadakan oleh The Alana Yogyakarta anak-anak dapat mengeksplorasi kreativitas dan bakat mereka dalam mewarnai, apalagi anak-anak dalam usia TK sedang berada dalam fase pengenalan.

Partisipasi The Alana Yogyakarta dalam membantu mengembangkan kreativitas dan bakat anak tidak hanya dilakukan dalam kegiatan coloring competition for kids. Namun, sebelumnya The Alana Yogyakarta juga sudah pernah mengadakan kegiatan lainnya untuk anak-anak yaitu cooking class yang sampai saat ini kegiatan tersebut rutin dilakukan setiap bulannya. Melalui kegiatan untuk anak yang dilakukan oleh The Alana Yogyakarta, dapat menunjukkan bahwa The Alana Yogyakarta tidak hanya menampilkan kemegahan bangunan dan fasilitasnya, namun juga The Alana Yogyakarta terlihat sangat peduli dengan publik di lingkungannya.

PRESS RELEASE

The Alana Yogyakarta Adakan Color Fun Bike 2016

YOGYAKARTA, SEPTEMBER 2016. Gaya hidup sehat merupakan suatu hal yang penting dan sangat perlu ditanamkan dalam diri seseorang.

Pemerintah pun kerap menyuarakan atau melakukan kampanye terkait gaya hidup sehat. The Alana Yogyakarta menunjukkan kepeduliannya kepada kesehatan masyarakat dan mendukung adanya gaya hidup sehat dengan melaksanakan kegiatan bersepeda bersama dalam acara “Color Fun Bike 2016”.

Color Fun Bike 2016 adalah suatu kegiatan olahraga dengan bersepeda santai bersama menempuh rute daerah Yogyakarta yang sudah ditentukan. Melalui Color Fun Bike 2016 The Alana Yogyakarta ingin mengajak masyarakat Yogyakarta untuk mulai melakukan rutinitas bersepeda. Bersepeda adalah kegiatan olahraga yang dirasa cukup ringan dan gampang untuk dilakukan setiap orang, dengan bersepeda kita juga dapat mengurangi polusi udara yang ada di lingkungan. Apalagi seperti yang kita ketahui saat ini sudah jarang sekali orang-orang berpergian menggunakan sepeda.

Adapun Color Fun Bike 2016 akan menempuh rute yang berawal dari Mataram City menuju Selokan Mataram, Candi Prambanan, Ring Road menuju jalan Palagan dan finish di Mataram City. Kegiatan ini juga dikemas dengan sesuatu yang berbeda dari biasanya yaitu sesuai dengan nama acaranya Color Fun Bike 2016 maka, peserta akan dibubuhkan bubuk pewarna pada setiap pos selama menempuh rute perjalanan. Tentunya hal tersebut akan menjadi sesuatu yang berbeda dari kegiatan bersepeda pada biasanya.

Untuk menjadi peserta dalam Color Fun Bike 2016, anda cukup melakukan pendaftaran dengan biaya Rp 40.000 saja dan akan mendapatkan tshirt, snack, doorprize, dan juga grandprize. Color Fun Bike 2016 akan diadakan

pada hari Minggu 23 Oktober 2016 pada pukul 06.00 WIN sampai selesai. Tunggu apa lagi, segera daftarkan diri anda dalam acara Color Fun Bike 2016 di The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta jalan Palagan Tentara Pelajar Km. 7, telp 08156611627 atau 0274-888 800. Yuk mulai lakukan gerakan hidup sehat demi kesehatan anda yang lebih baik, bersama The Alana Yogyakarta kita mulai hidup sehat.

PRESS RELEASE

The Alana Yogyakarta Gelar Hi Tea Fashion Show

Yogyakarta, 2 Oktober 2016. Keidentikan Indonesia akan kain batik menjadi ciri khas yang dimiliki oleh Indonesia. Setiap daerah di Indonesia memiliki kain khas batik dengan corak maupun warna yang berbeda-beda. Tanggal 2 Oktober 2016 adalah hari untuk memperingati Hari Batik Nasional, bertepatan dengan tanggal itu juga The Alana Yogyakarta mengadakan event Hi Tea Fashion Show. Hi Tea Fashion Show diadakan oleh The Alana Yogyakarta untuk memperingati Hari Batik Nasional dengan mengajak kerjasama beberapa designer bertalenta dari Yogyakarta.

Hi Tea Fashion Show yang diselenggarakan oleh The Alana Yogyakarta mengusung tema Teaterikal Fesyen "Senja di Andrawina". Fashion show yang didukung oleh tujuh designer dari Yogyakarta seperti, Citra Karya, Theo Ridzky, Darie Gunawan, Wuri Wiwin, Pungky Rima, Dari Jogja, dan Calpika menampilkan beragam karya busana batik yang sudah didesign dengan konsep batik modern. Karya batik dari para designer bertalenta tersebut diperagakan oleh

model-model yang berjalan disepanjang runway dengan coreographer Lima Luthfi Majid. Para model yang berjalan di runway terlihat anggun dan cantik dengan balutan busana batik yang sudah dirancang oleh para designer bertalenta dari Yogyakarta.

Tema Teaterikal Fesyen “Senja di Andrawina” memberikan nuansa peragaan busana runway yang cukup unik dan berbeda dari yang lainnya. Sesuai dengan temanya, peragaan busana Hi Tea Fashion Show diiringi oleh penyair Reza Rusandi dan juga Hendra Yosef serta Laurentius Agus Kurniawan sebagai pengiring musik. Iringan penyair dan musik dalam Hi Tea Fashion Show memunculkan nuansa yang begitu elok serta memunculkan keindahan dari kain khas Indonesia. Apalagi tema teaterikal yang identik dengan musik dan drama belum banyak digunakan dalam acara fashion show seperti yang diadakan oleh The Alana Yogyakarta.

Event Hi Tea Fashion Show diadakan oleh The Alana Yogyakarta sebagai bentuk untuk memperingati Hari Batik Nasional yang jatuh pada tanggal 2 Oktober 2016. Melalui event ini The Alana Yogyakarta ingin melestarikan dan menunjukkan keindahan kain khas Indonesia yaitu kain batik. Selain itu, The Alana Yogyakarta juga ingin menunjukkan apresiasi dan kepeduliannya terhadap designer-designer bertalenta di Yogyakarta untuk dapat menampilkan hasil karyanya didepan publik.

PRESS RELEASE

Kids Spooky Halloween The Alana Yogyakarta

(Rayakan Halloween Bersama The Alana Yogyakarta)

YOGYAKARTA, 29 OKTOBER 2016. Bulan Oktober kita kenal sebagai bulan perayaan Halloween, ya siapa yang tak kenal dengan Halloween. Perayaan Halloween merupakan perayaan pada bulan Oktober yang biasanya dirayakan oleh orang-orang Barat di luar sana dengan menggunakan kostum-kostum seram. Saat ini Halloween sudah sering dirayakan di negara manapun termasuk di Indonesia. The Alana Yogyakarta pada bulan Oktober ini akan menampilkan perayaan Halloween yang dapat dinikmati pada tanggal 29 Oktober 2016 mulai pukul 17.00 – 20.00 WIB.

Berbeda dari biasanya, perayaan Halloween di The Alana Yogyakarta justru dirayakan dengan anak-anak. The Alana Yogyakarta mengadakan event “Kids Spooky Halloween” yang merupakan perayaan Halloween bersama dengan anak-anak. Meski diadakan dengan tema Spooky Halloween, The Alana Yogyakarta tetap mengkonsep event ini dengan nuansa anak-anak. Kids Spooky Halloween akan menghadirkan promo buffet dinner all you can eat pada hari perayaan Halloween hanya dengan harga Rp 98.000. Makanan yang disajikan merupakan makanan-makanan yang diolah langsung oleh Executive Chef The Alana Yogyakarta, Kiki Dwi Septian. Tentunya untuk cita rasa makanan tidak perlu diragukan lagi karena, sudah pasti makanan-makanan yang disajikan memiliki cita rasa yang nikmat.

Pada event Kids Spooky Halloween anak-anak dapat mengenakan pakaian selayaknya perayaan Halloween dengan kostum-kostum seram, dan di akhir acara akan dipilih best costumes untuk satu orang anak. Bukan hanya itu, anak-anak juga dapat menikmati hiburan yang disajikan oleh The Alana Yogyakarta seperti trick & treat dan juga lucky draw. Pengunjung tidak perlu khawatir, dengan serangkaian makanan dan hiburan yang disajikan oleh The Alana Yogyakarta perayaan Halloween pada tahun ini tidak akan mengecewakan, justru akan menyenangkan.

Jadi tunggu apalagi. Ajak anak-anak anda untuk merayakan Halloween bersama The Alana Yogyakarta. Hanya dengan datang ke The Alana Hotel & Convention Cencer Yogyakarta di jalan Palagan Tentara Pelajar Km 7, anda bersama anak bisa merayakan Halloween dengan menikmati rangkaian menu makan malam dan hiburan yang disajikan dengan tema Spooky Halloween. So, let's come if you dare on Spooky Halloween.

PRESS RELEASE

Nikmati Makan Malam dengan Nuansa Halloween di The Alana Yogyakarta

YOGYAKARTA, OKTOBER 2016. Bulan Oktober kita kenal sebagai bulan perayaan Halloween, ya siapa yang tak kenal dengan Halloween. Perayaan Halloween merupakan perayaan pada bulan Oktober yang biasanya dirayakan oleh orang-orang Barat di luar sana dengan menggunakan kostum-kostum seram. Saat ini Halloween sudah sering dirayakan di negara manapun termasuk di

Indonesia. The Alana Yogyakarta pada bulan Oktober ini akan menampilkan perayaan Halloween yang dapat anda nikmati pada tanggal 29 Oktober 2016.

Mengusung tema Spooky Halloween, The Alana Yogyakarta menghadirkan promo buffet dinner all you can eat pada hari perayaan Halloween hanya dengan harga Rp 98.000. Makanan yang disajikan merupakan makanan-makanan yang diolah langsung oleh Executive Chef The Alana Yogyakarta, Kiki Dwi Septian. Tentunya untuk cita rasa makanan tidak perlu diragukan lagi karena, sudah pasti makanan-makanan yang disajikan memiliki cita rasa yang nikmat.

Nuansa yang disajikanpun dengan mengusung tema Spooky Halloween, The Alana Yogyakarta menyajikan nuansa selayaknya perayaan Halloween. Bukan hanya itu, pengunjung juga dapat menikmati hiburan yang disajikan oleh The Alana Yogyakarta seperti live DJ, trick & treat, dan juga lucky draw. Pengunjung tidak perlu khawatir, dengan serangkaian makanan dan hiburan yang disajikan oleh The Alana Yogyakarta perayaan Halloween anda tidak akan mengecewakan, justru akan menyenangkan.

Jadi tunggu apalagi. Anda tidak perlu jauh-jauh dan mengeluarkan uang banyak untuk dapat merayakan Halloween. Hanya dengan datang ke The Alana Hotel & Convention Cencer Yogyakarta di jalan Palagan Tentara Pelajar Km 7, anda bisa merayakan Halloween dengan menikmati rangkaian menu makan malam dan hiburan yang disajikan dengan tema Spooky Halloween. So, let's come if you dare on Spooky Halloween.

PRESS RELEASE

Pajero Owner Club Adakan Jambore di The Alana Yogyakarta

Yogyakarta, 29 Oktober 2016. The Alana Yogyakarta menjadi tuan rumah dalam acara Jambore Pajero Owner Club (POC) pada tanggal 28-31 Oktober 2016. Kegiatan ini adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas pengguna kendaraan Mitsubishi Pajero khususnya Pajero Sport dengan tujuan mendekatkan kebersamaan anggota.

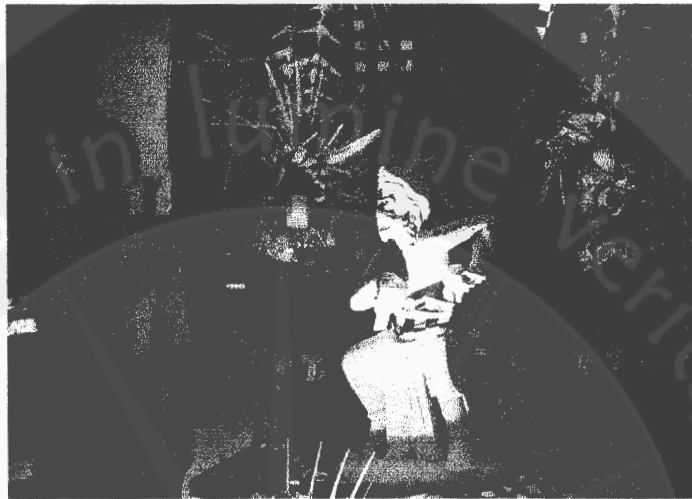
Acara jambore POC yang di adakan di The Alana Yogyakarta dihadiri oleh hampir seluruh anggota POC yang berasal dari seluruh daerah di Indonesia. Rangkaian acara Jambore POC dimulai pada hari Jumat, 28 Oktober 2016 kemarin dengan agenda kegiatan sarahsehan POC. Pembukaan Jambore POC dilaksanakan dan dibuka langsung oleh ketua umum POC pada pagi hari tadi (29/10/2016). Kegiatan Jambore dilanjutkan dengan touring bersama POC yang startnya dari The Alana Yogyakarta menuju Gunung Merapi lalu kembali ke The Alana Yogyakarta.

Jambore yang diadakan selama empat hari di The Alana Yogyakarta ini terlihat berlangsung dengan begitu meriah, karena acara ini berhasil mengumpulkan pemilik Pajero Sport di seluruh Indonesia. Kegiatan seperti ini adalah kegiatan yang kesekian kalinya diadakan oleh POC, dalam setiap kegiatan yang diadakannya POC mengutamakan rasa kekeluargaan dan kebersamaan anggota POC. Melalui kegiatan ini juga POC mengharapkan anggotanya dapat

bertambah lagi dan anggota yang bergabung dalam POC dapat bersilahturahmi dengan anggota POC lainnya yang berasal dari lain daerah.

Menjadi tuan rumah dalam acara Jambore POC The Alana Yogyakarta memberikan fasilitasnya yang terbaik kepada POC untuk mendukung kegiatan acara yang dilaksanakan. The Alana Yogyakarta juga turut bangga karena dipercayai dan dipilih sebagai tempat diadakannya Jambore POC yang dihadiri oleh seluruh pemilik dan pengguna kendaraan Mitsubishi Pajero.

DOKUMENTASI KETERLIBATAN MAHASISWA



(Launching Jimbaran Night Seafood Market)



(Anniversary Star Jogja FM Ke-7)



(Anniversary RBTV Yogyakarta)

94.6 FM
KOTA PERAK
SALU SUDUT SUDUT

ELRANDE ANZITALAGU PROGRAM BERTUA

Teaterikal Senja di Antara Ina Nourah Peragaan Busana di The Alana Hotel



YOGYAKARTA, KOTA PERAK FM, 2 Oktober 2015 adalah hari untuk merayakan Hari Batik Nasional, berkesinambungan dengan tanggal di juga The Alana Yogyakarta mengadakan Hi Tea Fashion Show.

Hi Tea Fashion Show di The Alana yg berlatar belakang hi Tea Show, telah menjadi kesukaan banyak orang di kawasan Kota Perak. Mengunjungi Teaterikal Senja di Antara Ina Nourah.

Peragaan busana yang digelar di The Alana Yogyakarta, diwarnai The Alana dan Ina Nourah. Peragaan busana ini menampilkan busana-busana yang berlatar belakang batik.

Konsep busana yang ditampilkan di peragaan busana ini adalah busana-busana yang berlatar belakang batik. Peragaan busana ini menampilkan busana-busana yang berlatar belakang batik.



YOGYA (KRjogja.com) - Dalam rangka merayakan Hari Batik Nasional, The Alana Yogyakarta mengadakan event Hi Tea Fashion Show, Minggu (2/10/2015). Fashion Show menampilkan keragaman batik di setiap daerah di Indonesia dengan corak maupun warna yang berbeda-beda.

Hi Tea Fashion Show yang diselenggarakan oleh The Alana Yogyakarta mengusung tema Teaterikal Fesyen 'Senja di Antara Ina'. Fashion show yang didukung oleh tujuh designer dari Yogyakarta seperti Citra Marso, Inez Rizky, Darle Gunawan, Wuri Wholin, Pungki Rima, Dani Jogja, dan Calyika menampilkan beragam karya busana batik yang telah di-modifikasi dengan konsep batik modern. Karya batik dari para designer bertalenta tersebut dipaparkan oleh model-model yang berjalan di sepanjang runway dengan choreographer Lina Izzah Majid.

Tema 'Teaterikal Fesyen' 'Senja di Antara Ina' memberikan nuansa peragaan busana runway yang cukup unik dan berbeda dari yang lainnya. Sesuai dengan temanya, peragaan busana Hi Tea Fashion Show diisi oleh penyanyi Riza Kuswadi dan juga Mendra Yovif serta Laurentius Agus Kurniawan sebagai pengiring musik. Iringan gitar dan musik dari Hi Tea Fashion Show memunculkan suasana yang begitu erotis serta memunculkan keindahan dan keindahannya. Apalagi tema teaterikal yang identik dengan musik dan drama belum banyak digunakan dalam acara fashion show seperti yang diadakan oleh The Alana Yogyakarta. (*)

(Hasil portoplio mahasiswa yang dimuat pada media Kota Perak dan KR Jogja)