

LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN
AKTIVITAS HUBUNGAN KARYAWAN DI HARTONO MALL
YOGYAKARTA CABANG PT. DELTA MERLIN DUNIA PROPERTI



Oleh :

Suci Maria

130905085

Konsentrasi Studi *Public Relations*

Dosen Pembimbing : Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

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 HARTONO MALL
YOGYAKARTA CABANG PT. DELTA MERLIN DUNIA PROPERTI**

Disusun oleh:

Suci Maria

130905085

Diajukan guna melengkapi syarat-syarat kelulusan jenjang kuliah Strata I Program

Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations*

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing,



Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan

Dengan judul:

**AKTIVITAS HUBUNGAN KARYAWAN DI HARTONO MALL
YOGYAKARTA CABANG PT. DELTA MERLIN DUNIA PROPERTI**

Disusun oleh : Suci Maria

NPM : 130905085

Telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 3 Agustus 2017

Waktu : 13.30-14.15 Wib

Tempat : Ruang Pendadaran III Fakultas Sosial Politik UAJY

Mengetahui,

Penguji I

Penguji II

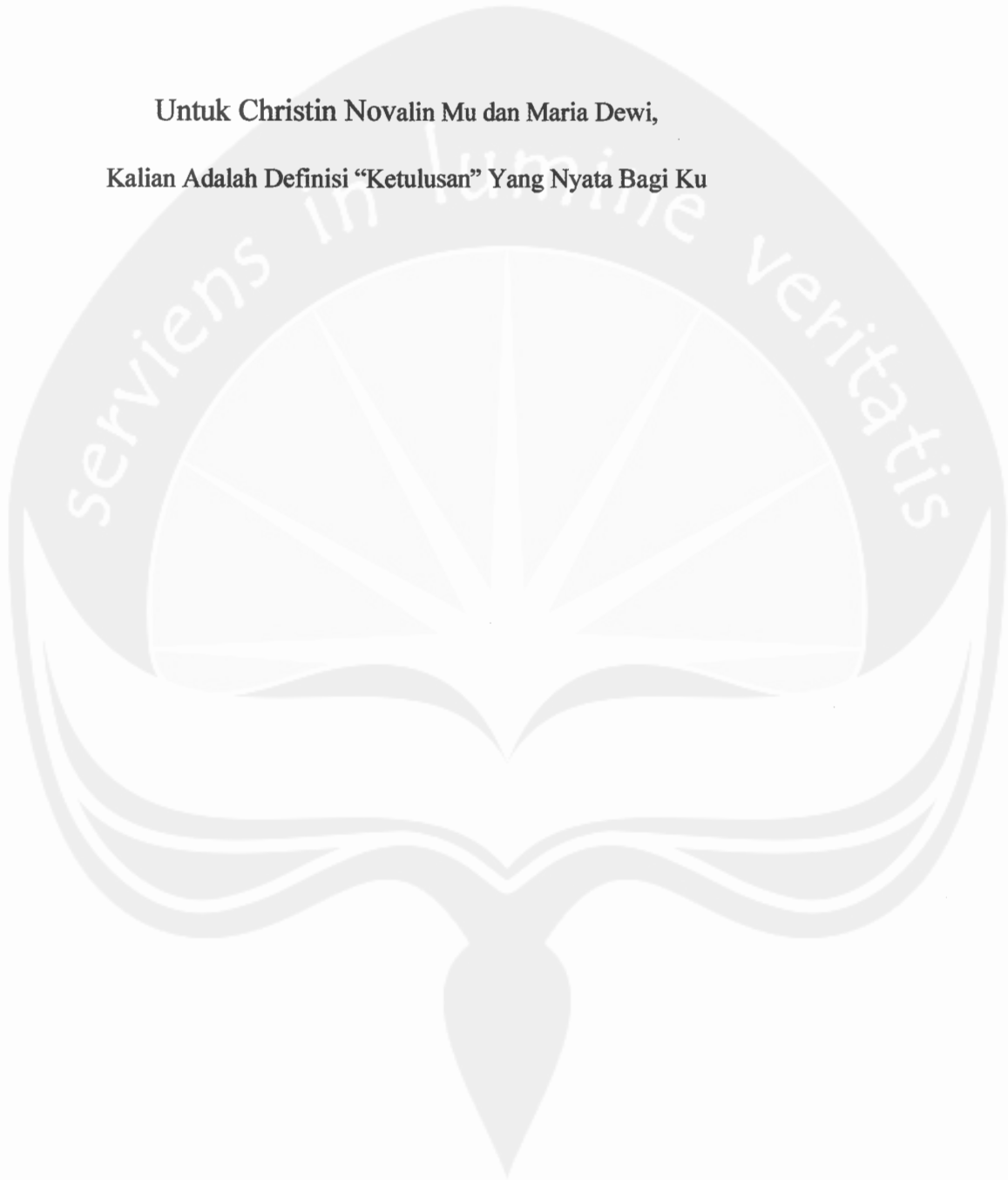


Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

Nobertus Ribut Santoso, M. A

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk Christin Novalin Mu dan Maria Dewi,
Kalian Adalah Definisi “Ketulusan” Yang Nyata Bagi Ku



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus yang maha baik atas segala hikmat dan kemurahan yang diberikan kepada penulis sejak dari penulisan proposal KKL, pelaksanaan KKL hingga penyelesaian penulisan laporan KKL. Sungguh, Engkau selalu bekerja dengan cara yang luar biasa. Terimakasih untuk cinta yang tak pernah padam dan untuk semua hal baik dalam kehidupan ini.

Penulis juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang sangat membantu penulis dalam penyelesaian penulisan laporan KKL ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Ibu Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan mendampingi penulis dalam penyelesaian laporan KKL ini. Semoga Ibu dan keluarga selalu menjadi berkat bagi banyak orang.
2. Yang terhebat Popo dan Pea Tan, sosok teladan yang luar biasa.
3. Yang tercinta Bapa dan Mama. Kalian adalah kekuatan ku.
4. Yang tersayang Excel, Cantika, Firman, Wahyu, Ezral, Gissele, Adriel, Samuel, dan Justyn, kalian keponakan yang penuh kasih dan sayang alasan ku menjadi hebat.
5. Sahabat setia yang sangat luar biasa Richard Sersandi Jehadi, yang selalu memberikan semangat dengan cara sederhana, tetapi menawan.
6. Natalya Wulandari, Salvatris Siro, Chintya Syukur, Desyta, Christin Mu, Maria Dewi dan Oliva Nagung. Teman dan Kakak yang paling seru. *I blessed*

the day I found all of you you . One day, we'll see again with a great story to tell.

7. Seluruh karyawan Hartono Mall Yogyakarta Cabang PT. Delta Merlyn Dunia Properti, khususnya Ko Aldy, Mas Angga, Mas Anto, Mas Mika, Ko Kevin, C Ninda dan Mas Aan. Terima kasih seribu.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan KKL ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Tuhan Yesus Memberkati.

Yogyakarta, Juni 2017

Penulis

Suci Maria

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR BAGAN | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 8 |
| C. Tujuan KKL..... | 8 |
| D. Manfaat KKL..... | 8 |
| E. Kerangka Teori..... | 9 |
| 1. Definisi <i>Public Relations</i> | 9 |
| 2. Definisi Karyawan..... | 10 |
| 3. Definisi Hubungan Karyawan..... | 11 |
| 4. Aktivitas Hubungan Karyawan..... | 13 |
| 5. PR dalam Hubungan Karyawan..... | 15 |

| | |
|--|----|
| BAB II DESKRIPSI OBJEK KKL | 19 |
| 1. Sejarah Perusahaan..... | 19 |
| 2. Visi, Misi, dan Nilai Budaya Perusahaan | 20 |
| 3. Nilai-Nilai Perusahaan | 21 |
| 4. Logo Perusahaan | 22 |
| 5. Struktur Organisasi Perusahaan | 23 |
| 6. Fasilitas Karyawan Hartono Mall Yogyakarta | 27 |
| 7. Jam Kerja Karyawan Menurut Hartono Mall Yogyakarta..... | 28 |
| BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL | 29 |
| 1. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL | 29 |
| A. Konsep PR Menurut Hartono Mall Yogyakarta..... | 29 |
| B. Karyawan Menurut Hartono Mall Yogyakarta | 33 |
| C. Hubungan Karyawan Menurut Hartono Mall Yogyakarta | 36 |
| D. Aktivitas Hubungan Karyawan Menurut Hartono Mall Yogyakarta..... | 38 |
| 2. Deskripsi Partisipasi Penulis..... | 46 |
| 3. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL | 59 |
| A. Analisis PR Hartono Mall Yogyakarta | 59 |
| B. Analisis Karyawan Hartono Mall Yogyakarta | 65 |
| C. Analisis Hubungan Karyawan Hartono Mall Yogyakarta | 66 |
| D. Analisis Aktivitas Hubungan Karyawan Hartono Mall Yogyakarta | 73 |
| BAB IV PENUTUP | 79 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan | 79 |
| B. Saran | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 82 |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1. Logo Hartono Mall Yogyakarta..... | 20 |
| Gambar 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan..... | 21 |
| Gambar 3.1. Sykuran Setahun Beroperasinya Hartono Mall Yogyakarta..... | 37 |
| Gambar 3.2. Dokumentasi Papan Pengumuman..... | 41 |
| Gambar 3.3. Dokumentasi Contoh Memo..... | 42 |
| Gambar 3.4. Dokumentasi Contoh Kliping..... | 44 |
| Gambar 3.5. Contoh <i>Press Release</i> | 46 |
| Gambar 3.6. Dokumentasi kegiatan CSR menanam pohon..... | 47 |
| Gambar 3.7. Dokumentasi Survei Lokasi CSR menanam pohon..... | 48 |
| Gambar 3.8. Dokumentasi Kunjungan Saat Ulang Tahun Bernas Jogja..... | 51 |
| Gambar 3.9. Dokumentasi <i>Press Confrence</i> film Cinta Lelaki Biasa..... | 53 |
| Gambar 3.10. Buku Tamu <i>Press Confrence</i> film Cinta Lelaki Biasa..... | 53 |
| Gambar 3.11. Dokumentasi Penulis menyebarkan <i>Flyer</i> | 54 |
| Gambar 3.12. . Struktur Organisasi Perusahaan..... | 21 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Sertifikat Kuliah Kerja Lapangan
- Lampiran 2. *Form* Penilaian Institusi
- Lampiran 3. Lembar Kegiatan Harian
- Lampiran 4. Struktur Organisasi Perusahaan
- Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan *Press Confrence* dan *Meet and Great Film* Cinta Laki-Laki Biasa.
- Lampiran 6. Dokumentasi acara syukuran pemotongan nasi tumpeng merayakan setahun beroperasinya Hartono Mall Yogyakarta.
- Lampiran 7. Dokumentasi Kegiatan CSR di Taman Wisata Gunung Merapi dan Kunjungan ke Panti Wredha.
- Lampiran 8. *Press Release* CSR di Taman Wisata Gunung Merapi
- Lampiran 9. *Press Release* CSR Kunjungan ke Panti Wredha.
- Lampiran 10. Dokumentasi Media Internal Hartono Mall Yogyakarta.
- Lampiran 11. Surat Berita Acara Kegiatan Penulis dari Hartono Mall Yogyakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Sebuah perusahaan membutuhkan sumber daya manusia untuk menjalani keberlangsungannya. Undang-Undang No.14 Tahun 1969 tentang Pokok Tenaga Kerja, menyebutkan bahwa tenaga kerja adalah tiap orang yang mampu melaksanakan pekerjaan, baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Manulang, 2002: 3). Hal ini menjelaskan bahwa sumber daya manusia merupakan hal sangat penting dan menjadi pilar utama dalam membangun perusahaan. Jika tidak ada sumber daya manusia sudah pasti sumber daya yang lainnya tidak dapat berjalan.

Menurut Ruslan (dalam Ermawaty 2011:21) Hubungan internal atau hubungan tenaga kerja tersebut tidak dilihat dalam pengertian sempit yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses produksi dan upah yang terkait dengan lingkungan kerja, tetapi lebih dari itu, yakni hubungan yang dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antar karyawan dengan karyawan lainnya atau hubungan karyawan dengan manajemen perusahaan yang efektif. Situasi dan kondisi menentukan semangat kerja karyawan. Karyawan yang produktif dapat membawa perusahaan pada pencapaian tujuan perusahaan dan salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas adalah situasi dan kondisi harmonis dalam perusahaan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) harmonis adalah hal bersangkutan dengan (mengenai) seia sekata, harmonis merupakan pernyataan rasa, aksi, gagasan dan minat, keselarasan atau keserasian. Sementara menurut Effendi (dalam

Samino 2014 : 21)) sifat harmonis mengandung makna yang luas, di antaranya adalah sikap menyenangkan, itikad baik, toleransi, saling pengertian, saling mempercayai, saling menghargai, citra yang baik. Keharmonisan tersebut bisa di raih melalui keterbukaan perusahaan, kejujuran, kerja sama, saling pengertian, dan kepuasan dari karyawannya.

Pola komunikasi dalam organisasi dikelompokkan menjadi saluran komunikasi formal dan saluran komunikasi informal. Pada saluran komunikasi formal, menurut Jefkins (1996:172) komunikasi internal dilakukan melalui beberapa jalur komunikasi yaitu :

- a) Komunikasi ke bawah (*downward communication*), yakni komunikasi dari pihak manajemen atau pimpinan perusahaan kepada para karyawan (dari atas ke bawah). Komunikasi ke bawah bertujuan untuk memberikan informasi, pengendalian dan pengawasan kerja serta berbagai pengarahan agar staf dapat memahami apa yang harus dikerjakan, bagaimana metode kerjanya, instruksi tentang pekerjaan, perintah, penjelasan, petunjuk, teguran, pujian, dan pedoman tata kerja.
- b) Komunikasi sejajar (*sideways communications*), yakni komunikasi yang berlangsung sesama pegawai atau karyawan setingkat. Komunikasi sejajar berlangsung pada level ,hirarkhi, jabatan atau kedudukan yang setingkat. Aliran informasi terjadi atas inisiatif sendiri dan bertujuan untuk meningkatkan kerjasama, memupuk fungsi koordinasi dan mengupayakan konsolidasi demi kelancaran tugas. Wujud komunikasi sejajar dapat berupa konsultasi pekerjaan, tukar menukar informasi, menyampaikan dan menerima pertimbangan, dan meningkatkan kerjasama lintas unit kerja.

- c) Komunikasi ke atas (*upward communication*), yakni komunikasi dari pegawai ke pihak manajemen atau perusahaan (dari bawah ke atasan). Komunikasi ke atas bertujuan untuk memperoleh informasi, keterangan tentang kegiatan dan pelaksanaan tugas atau pekerjaan para karyawan pada tingkat yang lebih rendah. Komunikasi ke atas biasanya berupa laporan, penyampaian aspirasi bawahan, usulan, kritikan, dan keluhan.

Keberadaan karyawan sebagai motor penggerak perusahaan sangat penting untuk di perhatikan. Sebuah pertikaian atau masalah adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari, tetapi untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya, atau mengurangi dampak bisa dilakukan melalui upaya-upaya sebelum hal tersebut terjadi. Dalam tiga macam komunikasi yang terjadi antara karyawan dengan karyawan dan karyawan dan manajemen bisa saja terjadi ketidakseimbangan informasi dari tiap-tiap bagian. Kebanyakan perusahaan merasa bahwa komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang terbaik, dan tidak memperhatikan bentuk komunikasi yang lainnya sehingga lahirlah permasalahan pada karyawan dalam perusahaan. Sebagai salah satu contohnya Pace dan Faules (dalam Satila 2009:9-10) menyatakan apabila komunikasi ke atas tidak berjalan seperti yang diharapkan, manajemen akan dirugikan karena hal yang terjadi sebagai berikut :

- a. Informasi dari bawah ke atas adalah informasi berharga untuk pembuatan keputusan oleh mereka yang mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan karyawan lainnya.
- b. Komunikasi ke atas memberitahukan kapan bawahan mereka siap menerima informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan menerima pesan.

- c. Komunikasi ke atas memungkinkan keluhan kesah pegawai bisa muncul ke permukaan sehingga atasan dapat mengetahui apa yang telah terjadi.
- d. Komunikasi ke atas menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbangkan gagasan serta saran-saran mengenai operasi organisasi.
- e. Komunikasi ke atas memberikan pimpinan kesempatan untuk menentukan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah.
- f. Komunikasi ke atas membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan dan memperkuat keterlibatan mereka dalam perusahaan.

Maka dari itu pola dan bentuk komunikasi dalam sebuah perusahaan harus benar-benar bisa diterapkan dengan sebaik mungkin agar perusahaan memiliki karyawan yang bisa mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Berbicara mengenai perusahaan, karyawan dan hubungan karyawan memang tidak sesederhana yang dibayangkan, karena meskipun unsur-unsur tersebut sudah ada dan berjalan, tetapi bila tidak dikelola dengan benar bisa jadi tujuan dari perusahaan akan terhambat bahkan bisa saja perusahaan tidak akan pernah sampai pada tujuannya.

Pelaksanaan komunikasi internal menjadi komponen penting karena dengan komunikasi tersebut dapat dikenali adanya harapan manajemen maupun karyawan. Suranto (dalam Satila 2009:6) secara tegas menyatakan bahwa pentingnya komunikasi internal adalah sebagai berikut:

- a) Komunikasi internal merupakan forum strategis bagi manajemen untuk menyampaikan kebijaksanaan perusahaan. Apabila komunikasi internal

tidak dilaksanakan kesalahpahaman akan mudah terjadi, dan isu yang tidak jelas kebenarannya pasti beredar di langit perusahaan, bahkan karyawan bias mempercayai informasi dari luar perusahaan dan menciptakan asumsi sendiri.

- b) Melalui komunikasi internal, karyawan mendapatkan kesempatan untuk menyatakan pendapat kepada manajemen tentang berbagai hal yang berhubungan dengan pekerjaan dan tanggungjawabnya.
- c) Komunikasi dengan karyawan merupakan langkah awal dari membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Karena karyawan adalah bagian terdepan perusahaan yang berjumpa dengan pihak luar sehingga menjadi perwajahan dari perusahaannya.
- d) Komunikasi internal yang dilakukan secara intensif akan mendorong motivasi dan kinerja karyawan. Apabila motivasi dan kinerja karyawan meningkat maka produktifitas meningkat.
- e) Komunikasi internal menjadi sarana terbentuknya rasa saling percaya antara karyawan dan manajemen.

Hartono Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang didirikan oleh PT. Delta Merlin Dunia Properti. Menempati lahan seluas 330.000 m² mall ini diklaim sebagai mall terbesar yang ada di Jawa Tengah bertepatan di Yogyakarta (KHR 2015) yang beralamat di Jl. Raya Ring Road Utara, Condong Catur Sleman, Yogyakarta, Indonesia. Keberadaannya di kota Yogyakarta sebagai pusat perbelanjaan terbesar se Jawa Tengah sudah pasti sangat didukung oleh kota pelajar yang istimewa ini.

Selain penduduk asli Yogyakarta yang sangat banyak, perantauan seperti mahasiswa dan pelajar bahkan buruh tak henti-hentinya datang ke kota ini. Demikian

pula dengan wisatawan baik lokal maupun manca negara. Tidak hanya soal kota pelajar, kota ini semakin istimewa dengan keindahan alam dan peninggalan bersejarah. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan dengan letak yang strategis dan sangat lengkap menyediakan berbagai kebutuhan mulai dari *fashion*, aksesoris, kesehatan, kecantikan, kuliner, hiburan, elektronik, dan yang lainnya, Hartono Mall tentu harus memberikan kesan yang bisa melekat pada setiap orang yang berkunjung kesana.

Menjadi Mall terbesar di Jawa Tengah, harapannya Hartono Mall bisa menjadi salah satu dari tujuan wisatawan maupun masyarakat Yogyakarta dalam kegiatan perbelanjaan. Tujuan dari Hartono Mall tentu membutuhkan iklim komunikasi yang baik terutama dalam pihak internal yakni karyawan. Dalam hal ini, ketika perusahaan berhasil melakukan komunikasi internal yang efektif, hasil yang diperoleh adalah perusahaan tersebut akan memiliki karyawan yang puas dan semakin produktif, meningkatnya pencapaian tujuan perusahaan serta tercapainya hubungan baik dengan pihak eksternal seperti konsumen, komunitas dan investor (Latimore, et al., 2010:231).

Untuk mewujudkan komunikasi internal yang efektif, Hartono Mall memerlukan manajemen kerja yang khusus mengelola komunikasi dalam pihak internal itu sendiri yang disebut hubungan karyawan. Hubungan karyawan adalah salah satu tanggung jawab *Public Relations* dalam menciptakan dan memelihara komunikasi yang efektif antara karyawan dengan karyawan maupun karyawan dengan manajemen (Latimore, et al., 2010:234). Sedangkan, *Public Relations* sendiri adalah fungsi manajemen dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip Center, dan Broom, 2009:11). Dari pengertian diatas, hal yang bisa dipetik adalah, bahwa PR tidak hanya bekerja untuk menciptakan hubungan

baik dengan pihak eksternal tetapi juga di tuntut untuk bisa melakukannya di pihak internal.

Penulis telah menjalankan pembelajaran mengenai salah satu fungsi khusus *Public Relations*, yakni mengenai hubungan karyawan di Hartono Mall, alasan penulis memilih Hartono Mall Yogyakarta sebagai tempat melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah karena Hartono Mall Yogyakarta merupakan pusat perbelanjaan terbesar seJawa Tengah dengan total jumlah karyawan sekitar 270 personil yang terbagi atas karyawan kontrak dan karyawan *outsourcing*, penulis merasa tertarik melihat cara Hartono Mall Yogyakarta sebagai suatu perusahaan menggerakkan 270 karyawannya untuk bekerja mencapai visi dan misi perusahaan, mengingat jumlah karyawan yang tidak sedikit tersebut pasti akan mengalami proses komunikasi yang menarik, baik sesama karyawan maupun antara karyawan dengan atasannya dalam perjalanan ke tujuan perusahaan. Sedangkan alasan mengapa penulis memilih untuk fokus pada hubungan karyawan adalah karena hubungan karyawan merupakan salah satu hubungan yang dikelola oleh seorang PR, dimana penulis merasa memerlukan pengalaman lebih dalam mengenai hal tersebut, seperti bagaimana perusahaan mempersiapkan karyawan sebagai representasi atau gambaran *real* dari perusahaan yang menentukan baik buruknya citra perusahaan di mata masyarakat. Selain itu hubungan karyawan adalah hubungan yang paling pertama di jalankan oleh perusahaan untuk bisa menjalankan hubungan-hubungan yang lain seperti hubungan pelanggan, hubungan komunitas, hubungan investor, dan lain sebagainya.

Selama melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) penulis mempelajari bagaimana peran dan fungsi PR Hartono Mall Yogyakarta dalam membangun aktivitas hubungan internal melalui proses komunikasi antar karyawan dengan karyawan dan karyawan dengan manajemen melihat kaitan bahwa pencitraan Hartono Mall menjadi suatu hal yang penting bagi PT. Delta Merlin Dunia Properti, terutama dalam hubungan karyawan, karena karyawan merupakan aset inti perusahaan dimana peran dan keberadaannya dapat sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana aktivitas hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta cabang PT. Delta Merlin Dunia Properti ?

3. Tujuan KKL

Untuk mengetahui aktivitas hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta cabang PT. Delta Merlin Dunia Properti.

4. Manfaat KKL

a. Manfaat Akademis

Melalui proses KKL ini adapun manfaat yang diharapkan adalah dapat memberikan sumbangan pada para akademisi ilmu komunikasi khususnya konsentrasi *Public Relations* mengenai peran PR dalam aktivitas hubungan karyawan.

b. Manfaat Praktis

Mendapatkan pengalaman mengenai praktek *Public Relations* dalam menangani aktivitas hubungan karyawan dalam suatu perusahaan.

5. Kerangka Teori

a. Definisi *Public Relations* (PR)

Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip Center, dan Broom, 2009:11). Jadi, PR menempati fungsi manajemen yang berarti bahwa manajemen di setiap perusahaan harus memperhatikan keberadaan PR. Departemen PR memiliki tanggung jawab atas komunikasi dalam perusahaan baik dengan publik internal maupun eksternalnya yang sangat berarti bagi perusahaan.

Public Relations adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membangun pencapaian tujuan organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi (Latimore, et al., 2010:234). Dalam hal ini, PR berkomunikasi dengan public internal dan eksternal yang relevan untuk membangun hubungan yang positif dan menguntungkan kedua belah pihak. PR merancang dan menjalankan program serta mengevaluasi organisasi dalam pertukaran pengaruh serta pemahaman antara organisasi dengan masyarakat.

Menurut Harlow (dalam Cutlip, Center, and Broom 2009 :5) *Public Relations* adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan *mutual* dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya ; PR melibatkan manajemen isu ; PR membantu manajemen agar tetap responsive dan mendapat informasi terkini mengenai opini

public ; PR menekankan tanggung jawab manajemen tetap mengikuti perubahan (*trends*) ; dan PR menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya. Melalui definisi ini, PR menunjukkan bahwa keberadaannya harus bias memahami segala hal dari publiknya baik di publik internal maupun publik eksternal karena sangat mempengaruhi keberadaan organisasi dapat bertahan dan diterima oleh masyarakat.

b. Definisi Karyawan

Menurut Keraf (dalam Dewi 2013:7-8) mendefinisikan karyawan sebagai orang-orang profesional yang tidak mudah digantikan. Sedangkan Sierma dan Saragih (dalam Dewi 2013:7-8) mendefinisikan karyawan sebagai penggerak utama dalam setiap perusahaan.

Tanpa karyawan, organisasi dan sumber daya lainnya tidak akan pernah menjadi sesuatu yang berarti. Sementara itu, Departemen Pendidikan Nasional dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan karyawan sebagai orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapat gaji atau upah. Karyawan menjual jasa berupa pikiran dan tenaga dan mendapat gaji sebagai imbalannya.

Karyawan wajib dan terikat untuk mengerjakan tugas yang diberikan dan berhak memperoleh gaji sesuai perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Perusahaan harus selalu berusaha untuk memperoleh dan menempatkan karyawan yang berkualitas pada setiap jabatan dan tugas agar pelaksanaan pekerjaan lebih berdaya guna serta berhasil (Effendy, 2000:122).

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa karyawan merupakan pilar utama dalam perusahaan yang menjadi motor penggerak yang mengaktifkan yang lainnya untuk menjalankan perusahaan.

c. Definisi Hubungan Karyawan

Effendi (1993:50) mendefinisikan hubungan karyawan dalam arti sempit sebagai tatap muka dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam organisasi kekerjaan (*work organization*) demi mengunggah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerja sama yang efektif, dan memberikan pemenuhan kebutuhan dan tujuan organisasi.

Menurut Davis (dikutip Effendy, 1993:51), hubungan karyawan adalah bentuk upaya memotivasi manusia untuk menumbuhkan kerja sama yang efektif, dan memberikan pemenuhan kebutuhan serta jalan untuk mencapai tujuan organisasi. Hubungan karyawan menciptakan dan memelihara sistem komunikasi internal antara pemilik perusahaan dengan para karyawan.

Hubungan karyawan merupakan relasi yang dijalankan internal perusahaan yang meliputi komunikasi antar karyawan dengan karyawan dan karyawan dengan manajemen dalam sebuah perusahaan. Berjalan baiknya hubungan internal akan berdampak baik dengan pencapaian tujuan perusahaan, dan sebaliknya berjalan buruknya hubungan internal dalam suatu perusahaan juga akan sangat mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut, karena karyawan merupakan salah satu penggerak perusahaan yang sangat berarti dalam member nafasi keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Hubungan karyawan akhirnya menjadi penting untuk dilakukan karena ketika perusahaan berhasil melakukan komunikasi internal yang efektif, hasil yang diperoleh adalah perusahaan tersebut akan memiliki karyawan yang puas dan semakin produktif, meningkatnya pencapaian tujuan perusahaan serta tercapainya hubungan baik dengan pihak eksternal seperti konsumen, komunitas dan investor (Latimore, et al., 2010:231).

Aktivitas PR terbagi atas ruang lingkup publik yang dimilikinya. Salah satu aktivitas yang dilaksanakan dalam publik internal adalah aktivitas hubungan karyawan. Dalam hubungan karyawan, PR berperan sebagai jembatan komunikasi antara kegiatan komunikasi yang terjadi dalam internal perusahaan. PR dapat memperhatikan berbagai isu, yang berpotensi menghambat berbagai kegiatan internal dalam mencapai tujuan perusahaan, khususnya masalah yang menyangkut komunikasi. PR dapat menganalisa publik internal dengan mengadakan *survey* tentang *attitudes* para karyawan terhadap perusahaan, kebijakan perusahaan dan kegiatan-kegiatannya, dll. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana sikap dari para karyawan yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Abdurrachman, 1993:35).

Maksud dan tujuan dari aktivitas hubungan karyawan antara lain sebagai berikut :

1. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam organisasi.
2. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para karyawan.
3. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan kebijaksanaan, peraturan, dan ketatakerjaan dalam perusahaan.

4. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (Abdurrachman, 1993:35).

Melihat aktivitas hubungan karyawan tersebut di atas, sudah pasti itu adalah bagian dari ranah PR untuk menanganinya. Karena berkaitan dengan relasi, dan komunikasi yakni relasi dan komunikasi antar karyawan dengan manajemen dan karyawan dengan karyawan dalam perusahaan.

d. Aktivitas Hubungan Karyawan

Beberapa aktivitas yang dapat dijalankan seorang PR dalam hubungan karyawan menurut Ruslan (1998:253-257), antara lain:

1. Program Pendidikan dan Pelatihan

Program ini merupakan bentuk usaha perusahaan dalam meningkatkan kualitas *skill* karyawan dan kuantitas pemberian jasa melalui pelayanan.

2. Program Pencapaian Motivasi Kerja Berprestasi

Dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training* (ATM), melalui program ini harapannya motivasi dan prestasi kerja karyawan dapat dipertemukan sehingga mencapai produktivitas kerja yang tinggi.

3. Program Penghargaan

Melalui program ini, perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tidak melupakan keberadaan karyawan sebagai aset penggerak perusahaan yang sangat berarti, maka dari itu perusahaan memberikan penghargaan baik kepada karyawan yang sudah lama mengabdikan kepada perusahaan ataupun kepada karyawan yang

berprestasi. Penghargaan ini merupakan bentuk apresiasi yang juga mengupayakan agar muncul semangat kerja, produktivitas, dan loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan.

4. Program Acara Khusus

Melalui program ini, seluruh karyawan dan manajemen bisa berkumpul bersama, bisa diluar jam kerja dengan suatu agenda khusus misalkan merayakan suatu hari peringatan. Biasanya hal ini dijalankan untuk mendatangkan rasa keakraban antara sesama karyawan dan manajemen dalam suatu perusahaan.

5. Program Media Komunikasi Internal

Program ini adalah salah satu komunikasi yang penting untuk dijalankan oleh PR dalam memberikan informasi menyeluruh kepada seluruh karyawan mengenai perkembangan terbaru perusahaan (Ruslan, 2007:279). Berdasarkan buku "*Public Relations Theory and Practice*", media komunikasi internal dapat dilakukan melalui media cetak maupun media elektronik, yaitu:

a. *Company Newspaper*

Memuat masalah yang terjadi atau kegiatan yang sedang berlangsung di perusahaan untuk diketahui seluruh bagian dari pihak internal.

b. *Noticeboards*

Media *update* yang bias menyajikan informasi langsung kepada para karyawan.

c. *Memos*

Memo digunakan oleh seluruh karyawan pada umumnya sebagai *reminder* dalam melakukan suatu kegiatan.

d. *Intranets*

Intranet merupakan salah satu bentuk jaringan komputer perusahaan yang dapat menghubungkan semua komputer dalam perusahaan. Media ini sangat cocok digunakan dalam melakukan penyebaran informasi agar karyawan dapat mengetahui informasi terbaru mengenai perusahaan dengan cepat (Johnston & Zamawi, 2000:293-296).

e. PR dalam Hubungan Karyawan

Menurut Danandjaja (dalam Lestari 2013:15) tujuan dari adanya *public relations* dibagi berdasarkan kegiatannya dengan mempertimbangkan publiknya yang terdiri dari publik internal dan publik eksternal. Adapun tugas PR dalam internal perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap, tingkah laku dan opini publik internal terhadap perusahaan, terutama kebijaksanaan perusahaan yang sedang dijalankan.
2. Melakukan analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan, guna mencapai mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan mempertimbangkan kepentingan publik.
3. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif serta menyangkut kepada berbagai aktivitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai

perkembangan perusahaan dengan harapan agar karyawan perusahaan tetap memiliki informasi yang baik mengenai perusahaannya.

4. Merencanakan penyusunan staff yang efektif bagi penugasan yang bersifat internal *public relations* dalam perusahaan.

Sementara kegiatan-kegiatan PR dalam hubungan internal, termasuk di dalamnya hubungan dengan karyawan adalah harus mampu berkomunikasi dengan semua lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui isu, kritik dan saran sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan organisasi. Tugas-tugas dari seorang *Public Relations* terhadap hubungan dengan karyawan antara lain sebagai berikut :

1. Mencari dan menyeleksi karyawan atau pegawai. Mulai dari *open requitment*, sistem kontrak, *out sourcing*, atau yang lainnya, seorang PR membantu departemen yang mengadakan *open requitment* mencari calon karyawan dengan mengumumkan kepada masyarakat menggunakan media baik cetak maupun elektronik. Lalu membantu tahap seleksi.
2. Menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Kadang kala, terdapat hubungan yang tidak dekat antara manajemen dan karyawan, maka dari itu PR bertugas mensiasati keadaan tersebut agar bisa berubah menjadi situasi yang lebih baik. Misalkan dengan mengadakan program hubungan karyawan. Dengan diadakan program hubungan karyawan diharapkan akan menimbulkan hasil positif yaitu kedekatan manajemen dengan karyawan, karyawan dengan karyawan dan karyawan bisa merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan organisasi, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin.

3. Mengkoordinir kegiatan dan *event*. Setiap kegiatan atau *event* yang diadakan oleh semua karyawan organisasi harus diketahui oleh PR. Karena PR bertanggung jawab untuk memonitoring dan mengevaluasi kegiatan.
4. Menjalin hubungan yang harmonis dengan semua karyawan organisasi (sebagai konseling dalam organisasi). PR sebagai konseling dalam organisasi harus mampu berkomunikasi langsung dengan para karyawan organisasi dan mengetahui sifat, karakter, sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan, serta perasaan para karyawan sehingga akan timbul suatu hubungan yang harmonis.
5. Mendukung semua aktivitas atau kegiatan yang diadakan organisasi. PR harus bisa mendukung semua aktivitas atau kegiatan yang diadakan organisasi selama aktivitas atau kegiatan tersebut untuk bermanfaat untuk kepentingan publik serta sesuai dengan tujuan organisasi. Selain itu juga, seorang public relation harus terlibat dalam aktivitas atau kegiatan tersebut agar dapat lebih dekat dengan para karyawan, pimpinan, dan publik pada khususnya.
6. *Mc-manage* pemberian penghargaan, kenaikan pangkat atau jabatan, pemutusan hubungan kerja, pensiun, dan jaminan sosial. PR harus mampu membantu pimpinan organisasi dalam memberikan masukan atau usulan tentang pemberian penghargaan kepada para karyawan yang aktif, memiliki kinerja bekerja yang tinggi, atau karyawan yang sudah lama bekerja di perusahaan mengingat PR dianggap telah mengenal para karyawan organisasi.

Tugas-tugas tersebut di atas akan sangat mempengaruhi jalannya pekerjaan, mengingat karyawan adalah pilar utama dalam menggerakkan perusahaan, maka dari

itu PR harus mampu menjalankan tugas dan tanggung jawabnya demi mendukung tercapainya tujuan perusahaan.



BAB II

DESKRIPSI OBJEK KKL

1. Sejarah Perusahaan

Hartono Mall Yogyakarta merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Delta Merlin Dunia Properti. Selain PT. Delta Merlin Dunia Properti, *Owner* juga memiliki perusahaan di dunia tekstil, yakni Duniatex. Duniatex merupakan perusahaan tekstil terintegrasi kelas dunia dalam pembuatan pemintalan (*spinning*), perajutan, penenunan dan pencelupan. Perusahaan ini memiliki 7 grup perseroan terbatas yang tersebar di beberapa tempat yang dikelola secara profesional. Duniatex telah memperoleh sertifikasi standar kualitas ISO: 9001:2000. Pasar Duniatex telah menjangkau negara di benua Asia, Eropa, Afrika dan Amerika. Duniatex juga membangun beberapa pabrik serta menambah jumlah *spindle* saat ini 1,000,000 dan terus bertambah, demi memenuhi permintaan pasar baik lokal, nasional dan internasional (*Arsip PT. Delta Merlin Dunia Properti*).

Sukses dalam dunia tekstil, Perusahaan yang berbasis kekeluargaan turun-temurun ini melbarkan sayapnya ke dunia properti. PT. Delta Merlin Dunia Properti saat ini menjadi perusahaan properti yang paling besar se Jawa Tengah Indonesia. Bergerak di berbagai cabang dunia properti, salah satu cabangnya adalah Hartono Mall. Hartono Mall terdapat di dua Kota di Jawa Tengah yakni, Solo dan Yogyakarta. Hartono Mall awalnya berdiri di kota Solo pada tahun 2012 dan menjadi pusat perbelanjaan terbesar di kabupaten Sukoharjo dengan luas bangunan 100.000 m². Sebagai salah satu perusahaan yang mendukung *trend* kekinian, Hartono Mall melirik adanya peluang dan berencana memperluas bisnis dalam dunia propertinya di

kota Yogyakarta. Adapun hal yang dipertimbangkan saat itu adalah karena Yogyakarta merupakan salah satu kota besar yang memiliki jumlah penduduk dan pengunjung yang sangat banyak mengingat Yogyakarta adalah kota pelajar dan kota berpeninggalan sejarah. Rencana pembangunan Hartono Mall Yogyakarta akhirnya berjalan selama satu tahun sejak 2014 dan pada tahun 2015 tepatnya pada 20 November Hartono Mall di Yogyakarta resmi beroperasi (*Wawancara HRD Hartono Mall Yogyakarta*).

Perusahaan Delta Merlin baik Dunia Tex dan Properti merupakan perusahaan dengan berlandaskan kekeluargaan dan turun temurun. Hal ini yang menjadi alasan nama mall dari PT. Delta Merlin adalah Hartono, karena Hartono adalah nama dari anak *owner* nya yakni Bpk. Hartono. Hal ini menjadi sebuah kebiasaan dari *owner* sebelumnya yang menamakan perusahaan dengan nama keluarga seperti Ibu Merlin yang juga menjadi nama Perusahaan (*Wawancara HRD Hartono Mall Yogyakarta*).

2. Visi, Misi dan Nilai Budaya Perusahaan

Visi

Menjadi perusahaan properti berkualitas dan berkelas nasional.

Misi

Dalam menjalankan usahanya, PT. Delta Merlin Dunia Properti memiliki misi sebagai berikut :

- a. Menawarkan properti berkualitas dengan harga yang kompetitif dan tetap mengutamakan kepuasan pelanggan dan *tenant*.
- b. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi untuk membangun jaringan kerja yang luas dan dikenal oleh semua kalangan terkait dengan bidang properti.

- c. Mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan *tenant*.
- d. Mengembangkan usaha dengan pembangunan asset properti.

3. Nilai Nilai Perusahaan

a. Integritas

Hartono Mall menjalankan nilai kejujuran dan tanggung jawab yang yang memancarkan kewibawaan.

b. Solidaritas

Hartono Mall membangun kerja sama yang baik dan setia dalam internal maupun eksternal perusahaan yang secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan.

c. Kompetitif

Hartono Mall mampu bersaing dan terbuka dalam setiap kemajuan atau perkembangan dalam mengikuti *trend*.

d. Capable

Hartono Mall menunjukkan cara kerja yang cepat, cakap dan kemampuan menjadi perusahaan yang sesuai dengan visi misi yang telah di tetapkan.

4. Logo Perusahaan

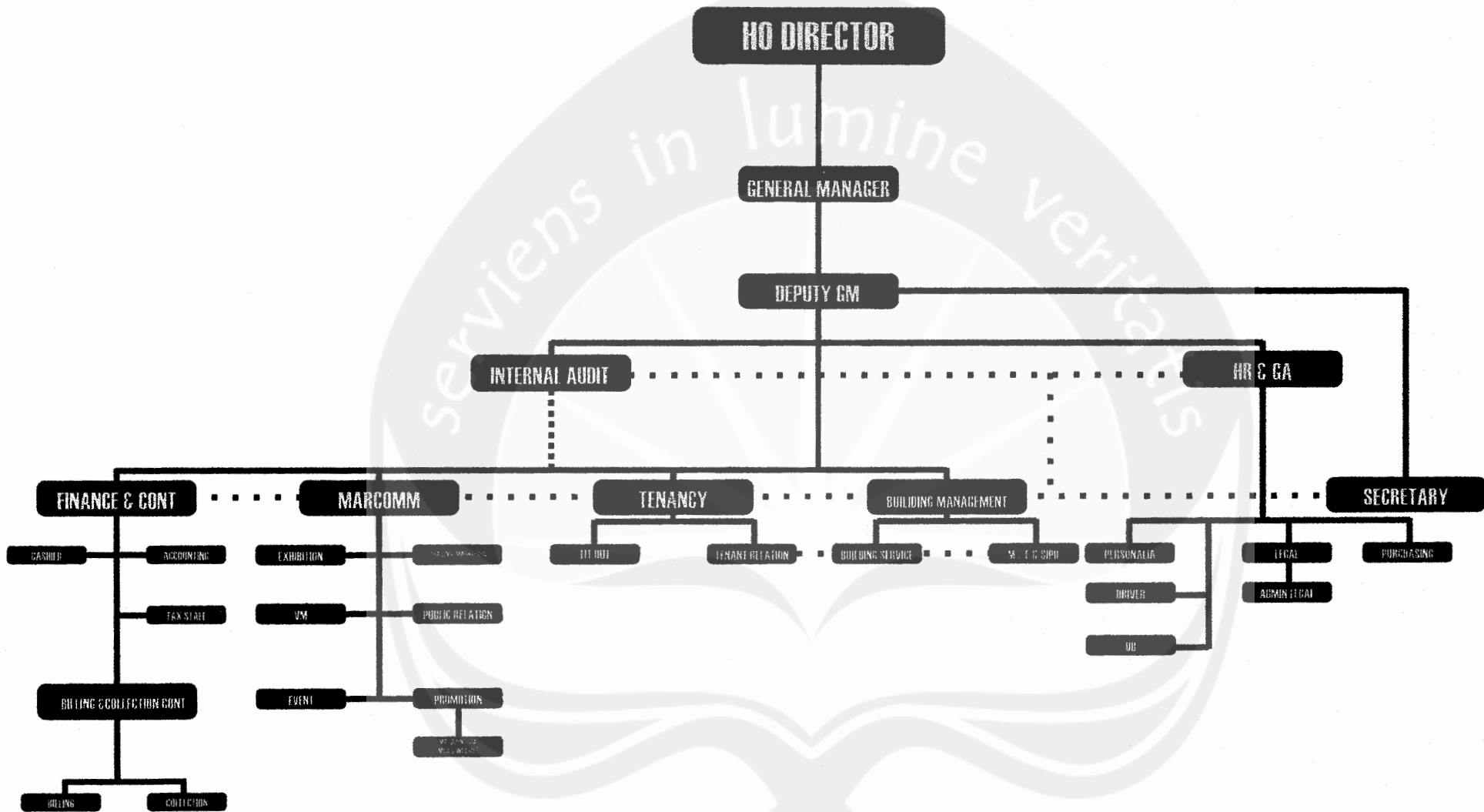


HARTONO Mall

(Sumber : Arsip)

Logo Hartono Mall dengan huruf H melambangkan nama Hartono (*owner* perusahaan) dan terdiri dari warna Putih dan *Orange* redup serta warna Hijau yang mendominasi logo. Warna putih sendiri memiliki arti melayani dan siap memberikan jalan keluar atas setiap kebutuhan pelanggan dan *tenant*. Dalam hal ini sebagai mall terbesar di Jawa Tengah, Hartono berharap bisa menjawab setiap kebutuhan pelanggan dan *update* atau mengikuti tiap kemajuan atau *trend* kekinian. . Warna *Orange* redup menyiratkan kehangatan, artinya terdapat kepedulian dan ramah dalam melayani serta suasana kekeluargaan yang saling melengkapi, dan hijau yang berarti peduli terhadap lingkungan. Hijau sendiri mendominasi warna logo Hartono karena pemilik perusahaan Hartono kebetulan seorang pencinta alam. Beliau begitu menyukai tanaman dan tumbuhan, selain itu karena gedung-gedung perusahaan PT. Delta Merlin terbilang besar dan meraup lingkungan yang luas maka dari itu Hijau dalam logo tersebut sekaligus menjadi tanda bahwa Hartono tetap akan bertanggung jawab atas lahan yang sudah mereka gunakan demi kepentingan pembagunan gedung perusahaan.

(Sumber : Wawancara HRD Hartono Mall Yogyakarta)



Berdasarkan Struktur Organisasi, keberadaan *Public Relations* berada dalam divisi *Marketing Communication* satu divisi dengan *Exhibition, Leasing Marketing, VM, Event dan Promotions*, tugas utama divisi *Marketing Communication* adalah merancang dan melaksanakan program kegiatan yang mana bisa membawa banyak pengunjung untuk datang ke Hartono Mall Yogyakarta dan menciptakan citra dan identitas sebagai salah satu tempat perbelanjaan di Yogyakarta yang baik, lengkap, nyaman dan peduli dengan pengunjung. Sub divisi dalam divisi *Marketing Communication* bekerja sama dengan saling melengkapi dalam menjalankan tanggung jawab. Sementara *Jod Desk* Karyawan Hartono Mall Yogyakarta secara umum adalah sebagai berikut :

1. *General Manager & Ass GM*

Mall Manager & Ast. Mall Manager bertanggung jawab atas pendapatan Mall serta pelaksanaan pengelolaan Mall untuk menciptakan kepuasan Pelanggan dengan tetap mempertimbangkan faktor ekonomis, efektivitas dan afisiensi.

2. *Accounting*

Staff Accounting bertanggung jawab melakukan pengecekan, pengontrolan, pengendalian, serta pembuatan dan pelaporan Laporan Keuangan Perusahaan. Membuat laporan laba rugi, neraca, memeriksa transaksi uang masuk/ keluar, semua administrasi penjualan, pembelian dan stok semua gudang.

3. *Legal*

Staff Legal bertanggung jawab untuk memberikan pertimbangan dan usulan dari aspek legal terhadap masalah yang dihadapi Perusahaan serta melakukan tugas - tugas pengurusan dokumen perizinan dan pembuatan Kontrak Kerjasama Perusahaan dengan semua relasi Perusahaan.

4. Piutang & Ass. Piutang

Staff Piutang & Ast.Piutang bertanggung jawab kepada *Accounting* dalam administrasi penjualan Perusahaan, pembukuan & laporan rekapitulasi piutang serta penagihan piutang Perusahaan.

5. Kasir

Kasir bertanggung jawab pada *Accounting* dalam hal pengeluaran dan pemasukan kas kecil perusahaan, serta mengerjakan penggajian karyawan Produksi setiap bulan.

6. Marketing

Staff Marketing (Leasing) bertanggung jawab terhadap perolehan kontribusi keuntungan Perusahaan melalui penjualan produk yaitu penjualan sewa lokasi kepada Tenant.

7. Marcomm

Staff Marketing Communication bertanggung jawab untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang *event* serta membangun identitas dan komunikasi *brand* yang dimiliki selalu merefleksikan *image* yang sudah dibangun sesuai dengan tujuan Perusahaan.

8. Fitting Out

Staff Fitting Out bertanggung jawab melakukan pelayanan kepada tenant agar tercipta komunikasi yang baik antara pengelola dan *tenant* atau antara tenant atau antar *tenant* itu sendiri.

9. *Tenant Relation*

Staff Tenant Relation bertanggung jawab mengkoordinasikan penanganan keluhan pelanggan, proses perijinan, pendataan tenant agar tercipta komunikasi yang baik antara pengelola dan *tenant*.

10. *Event & Promo*

Staff Event & Promotion bertanggung jawab dalam merencanakan dan mengkoordinasikan pemasaran ruang media promosi, antena, ATM secara optimal sesuai standar untuk mencapai pendapatan sewa sesuai dengan target yang ditetapkan.

11. *Customer Service*

Customer service mall bertanggung jawab menerima telepon atau fax yang masuk untuk kemudian diteruskan kepada yang berhak menerima tamu/ *tenant/customer* yang berkunjung ke perusahaan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

12. *Chief M/E*

Staff chief M/E bertugas membuat, merencanakan, menyelenggarakan dan mengatur kegiatan operasional dan perawatan gedung meliputi Mechanical, Electrical & Plumbing, yang terdiri dari Plumbing, Electric, Lift, Escalator, Genset, dan Sipil. Memonitor kenyamanan ruangan dalam mall dan membuat laporan operasional. Pengawasan pekerjaan perbaikan, serta menangani komplain dari *Tenant* maupun *Public Area*.

13. *Mechanical Electrical*

Staff M/E bertanggung jawab atas pelaksanaan Mechanical, Electrical dan Sipil demi kelancaran dan kenyamanan gedung.

14. *Operational*

Staff Operational bertugas merencanakan *schedule*, mengoperasikan, merawat, mengamankan gedung dan melayani pengunjung dibantu para chief M/E & Sipil, dan pihak *outsourse*.

(Sumber : Arsip Hartono Mall Yogyakarta)

6. Fasilitas Karyawan Hartono Mall Yogyakarta

Setiap karyawan berhak mendapatkan fasilitas maupun tunjangan atau jaminan sosial dari perusahaan tempat mereka bekerja, dan setiap perusahaan juga perlu untuk menyediakan fasilitas maupun tunjangan atau jaminan sosial bagi karyawannya demi kelancaran kerja dan bentuk mendukung, menghargai kerja karyawan dalam perusahaan.

Adapun fasilitas dari Hartono Mall Yogyakarta bagi karyawannya adalah adanya *Pantry* di kantor, karyawan diberikan *Handphone* (kecuali karyawan divisi keuangan) dan *Laptop*, tersedia P3K, satu buah mobil perusahaan yang boleh di gunakan bersama tergantung dengan kepentingan karyawan yang ingin menggunakan serta jaminan sosial yakni BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan yang mencakup jaminan kecelakaan saat bekerja, jeminan saat meninggal, jaminan saat lanjut usia dan pensiunan, dan tunjangan transport, uang makan dan premi hadir.

Fasilitas tersebut diberikan dengan harapan membantu kelancaran pekerjaan karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, demikian juga dengan

tunjangan dan jaminan sosial. Demikian setiap karyawan mendapatkan fasilitas dan tunjangan yang berbeda-beda kecuali fasilitas seperti *pantry*, fasilitas kesehatan dan kendaraan kantor selain itu semuanya sama, kecuali tunjangan yang berbeda-beda jumlah nominalnya.

4. Jam Kerja Karyawan

Karyawan di Hartono Mall Yogyakarta bekerja dari hari Senin hingga Jumat, mulai bekerja dari pukul 09.00 hingga 17.00 WIB dengan melakukan presensi melalui *finger print* dan bekerja selama enam hari dalam satu Minggu (Senin-Sabtu). Sedangkan pada hari Sabtu, tetap mulai bekerja pada pukul 09.00 WIB, tetapi selesai bekerja tiga jam lebih awal yaitu pukul 14.00 WIB. Setiap hari kerja, karyawan mendapat jam istirahat makan siang yakni jam 12.00-13.00 WIB.

Selama jam kerja aturan mengikat karyawan untuk selalu bekerja atau berada di tempat kerja sampai waktu yang ditentukan. Karyawan hanya boleh meninggalkan tempat kerja bilamana ada tugas atau urusan yang masih berkaitan dengan pekerjaan. Biasanya maksimal meninggalkan tempat kerja adalah tiga sampai empat jam dengan bukti seperti undangan, nota atau memo bila ingin keluar atau setelah kembali saat selesai ijin meninggalkan tempat kerja, kecuali bila kegiatan yang memang harus memakan banyak waktu, intinya adalah karyawan harus memiliki bukti atau alasan mengapa karyawan tersebut keluar dari kantor saat jam kerja.

Sanksi yang diberikan bila terlambat hadir atau kembali ke tempat kerja adalah potongan jam kerja dihari yang sama, misalkan kerja sehari tetapi kehadiran dihitung setengah hari bekerja saja. Aturan ini dibuat agar mendisiplinkan karyawan dan membuat karyawan lebih bertanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya setiap hari.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

1. Deskripsi Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

a. Konsep *Public Relations* (PR) Menurut Hartono Mall

Sebagai salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Jawa Tengah dengan luas lahan 10 hektar (*Tribun Jogja*. Rabu, 18 November 2016), Hartono Mall Yogyakarta menyadari tujuannya dan berkomitmen untuk terus berbenah diri dalam menjalankan kewajibannya memenuhi setiap kebutuhan pelanggan dalam hal *fashion*, aksesoris, kesehatan, kecantikan, kuliner, hiburan, elektronik, dan yang lainnya. Pelayanan yang dijalankan oleh Hartono Mall Yogyakarta merupakan gabungan dari beberapa jenis pelayanan unit-unit kerja baik dengan para *tenant* maupun dalam manajemen Hartono Mall Yogyakarta sendiri. Gabungan ini sangat padu, memiliki ikatan satu sama lain dan tidak bisa saling dipisahkan satu sama lain. Dalam menjalani kegiatan operasionalnya manajemen Hartono Mall Yogyakarta memiliki tugas, tanggung jawab dan kewenangannya masing-masing namun, setiap divisi selalu bekerja sama dalam mencapai tujuan perusahaan.

Public Relations Hartono Mall Yogyakarta berada di bawah sisi *HR & GA* divisi *Marketing Communication* bersama dengan *Exhibition, Event, Leasing/Marketing, dan Promotion*. Meskipun berada dalam satu divisi, tugas dan tanggung jawab dari masing-masing sub divisi jelas berbeda. Sedangkan peran

dan tanggung jawab PR di Hartono Mall Yogyakarta selain dijalankan oleh *Public Relations*, sebagian juga dijalankan oleh *HR & GA*.

Konsep PR menurut Hartono Mall Yogyakarta adalah mengenai tanggung jawab akan citra perusahaan yang baik di mata publik khususnya publik eksternal, oleh sebab itu PR Hartono Mall Yogyakarta menjalankan tanggung jawab yang lebih fokus ke *media relations* dan *community relations*. Bagi Hartono Mall Yogyakarta PR merupakan jembatan yang menghubungkan Hartono Mall Yogyakarta dengan pihak eksternal, sehingga kemampuan PR dalam membangun dan mempertahankan relasi sangat penting. Saat ini, keahlian paling penting yang harus dimiliki oleh PR bagi Hartono Mall Yogyakarta adalah mampu berkomunikasi dan mengkomunikasikan Hartono Mall Yogyakarta kepada pihak eksternal sehingga memperoleh reputasi yang baik. Selain itu, PR juga memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan *event and promotion* bekerja sama dengan sub divisi lain. Hasil dari *event* yang diadakan kemudian akan disampaikan ke media oleh PR. Singkatnya, sejauh ini kegiatan yang dilakukan PR Hartono Mall Yogyakarta adalah sangat sedikit dalam internal perusahaan, karena lebih berfokus pada kegiatan eksternal.

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, PR mendapatkan kewenangan dalam akses data yang dibutuhkan, menetapkan rencana program kerja, anggaran yang dapat mendukung kinerja perusahaan, menyetujui usulan perencanaan kerja di ruang lingkup kerjanya, menetapkan dan memilih jalur yang efektif untuk berkomunikasi dengan pihak eksternal dan menetapkan metode

penyebaran informasi mengenai perusahaan ke pihak eksternal. Secara praktis tugas PR di bagi secara waktu yaitu *daily*, *weekly*, *monthly* dan *occasionally*.

a. *Daily*

Setiap harinya PR membaca media cetak lokal serta media online untuk mencari potongan berita terkait Hartono Mall Yogyakarta. Berita tersebut kemudian di kumpulkan dan di gunakan suatu waktu untuk mengetahui informasi atau perkembangan perjalanan nama Hartono Mall. Adapun media yang bekerja sama dengan Hartono Mall adalah Bernas, Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, Harian Umum Kompas, Republika, Yogya Post, Jawa Post, Suara Merdeka, Majalah Basis, Proaktif, dll. Selain mengumpulkan berita, PR juga mengevaluasi surat masuk yang terkait dengan kunjungan, sumbangan ataupun bantuan sosial lainnya dan dalam hal ini PR memiliki wewenang untuk menerima ataupun menolak surat yang di uraikan di atas. Pertimbangan bisa di dasarkan pada ketersediaan SDM dan fasilitas, ketersediaan anggaran, jumlah nominal permintaan dan yang paling penting adalah pengaruh kegiatan terhadap citra perusahaan.

b. *Weekly*

Setiap minggu kegiatan pasti yang dilaksanakan oleh PR Hartono Mall adalah mempresentasikan hasil kerja program dan kegiatan serta pengajuan program ke Pimpinan Perusahaan di Solo, selain

itu kegiatan yang juga PR jalankan setiap Minggu adalah bertemu dengan media *partner* atau *partner* kerja dari perusahaan lain untuk membicarakan kerja sama, kerja sama yang biasanya dilakukan adalah promosi *event* yang ada di Hartono Mall Yogyakarta melalui majalah *partner* dan menampilkan gambar Hartono Mall Yogyakarta dalam majalah eksternal perusahaan lain.

c. *Monthly*

Kegiatan bulanan yang dijalankan PR biasanya adalah menghadiri acara atau undangan yang bersifat tidak tetap, atau disesuaikan dengan kegiatan yang ada, misalkan menghadiri acara di luar perusahaan seperti kegiatan *talk show* seluruh PR se-Jawa Tengah, mengikuti *press conference*, dll.

d. *Occasionally*

Sewaktu-waktu PR melakukan dokumentasi kegiatan yang ada dalam Hartono Mall Yogyakarta, membuat data pengunjung mall Hartono Yogyakarta lalu mempresentasikan ke pimpinan, mengurus *event*, merancang *press conference*, membuat dan mengirim *press release* kegiatan yang dijalankan Hartono Mall Yogyakarta, membantu membuat presentasi *General Manager*, membantu membuat sambutan, membuat *design* stiker, poster, spanduk kegiatan dan lain sebagainya.

b . Karyawan menurut Hartono Mall Yogyakarta

Karyawan Hartono Mall Yogyakarta terdiri atas karyawan kontrak dan karyawan *outsourcing*. Tidak terdapat karyawan tetap karena tidak ada kepastian jenjang karir di Hartono Mall Yogyakarta dan karyawan tidak mendapat gaji pensiun. Secara prinsip, karyawan kontrak dan karyawan *outsourcing* memiliki tugas dan tanggung jawab yang sama di masing-masing sub divisi, hanya saja perbedaannya karyawan *outsourcing* disewa oleh Hartono Mall dari luar. Di Hartono Mall Yogyakarta, karyawan kontrak dan karyawan *outsourcing* dapat dibedakan dari seragam kerja dan kartu identitas yang dikenakan. Seragam karyawan kontrak biasanya bebas dengan persyaratan menggunakan baju berkerah dan rok atau celana non *jeans* sopan sedangkan seragam karyawan *outsourcing* menggunakan seragam dari *vendornya* sendiri, dan kartu nama.

Di Hartono Mall Yogyakarta, setiap karyawan bekerja sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing dan diberikan gaji sesuai dengan kesepakatan. Karyawan kontrak mendapatkan gaji yang lebih besar dari karyawan *outsourcing*. Gaji antar karyawan kontrak berbeda-beda disesuaikan dengan jenjang pendidikan dan jabatan. Sementara untuk karyawan *outsourcing*, tidak terdapat perbedaan berdasarkan jenjang pendidikan. Semua mendapatkan gaji yang sama. Dalam hal melamar kerja, karyawan kontrak menempuh proses yang lebih rumit. Mereka mengirim lamaran ke Hartono Mall Solo pusat dan menjalani beberapa tes. Apabila diterima, Hartono Mall pusat akan menentukan penempatan. Biasanya ditempatkan di Hartono Mall Yogyakarta, mengingat masih tergolong baru dan membutuhkan karyawan tambahan. Untuk karyawan

outsourcing, mereka berurusan melalui penyewa jasa misalkan seperti tenaga *cleaning service* dan *security*.

Karyawan kontrak Hartono Mall Yogyakarta berjumlah 140 orang saat ini. Jumlah karyawan tersebut dibagi menjadi karyawan yang menangani *building* dan manajemen dalam Hartono Mall Yogyakarta. Sementara jumlah karyawan *outsourcing* untuk *security* terdapat 100 personil, *cleaning service* 160 dan parkir 57 personil.

Sebagai perusahaan yang tujuan utamanya adalah *profit*, keberadaan dan peran karyawan kontrak maupun *outsourcing* bagi Hartono Mall Yogyakarta sangat penting. Karyawan kontrak dan *outsourcing* merupakan penggerak utama perusahaan dalam mencapai tujuannya secara optimal melalui tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Hartono Mall Yogyakarta mengakui bahwa tanpa karyawan sudah jelas maka tidak ada Hartono Mall Yogyakarta, meskipun demikian tidak semua lapisan dalam Hartono Mall Yogyakarta menyadari arti penting peran karyawan dalam membangun dan menjalankan suatu perusahaan.

Di Hartono Mall Yogyakarta karyawan diakui sebagai penggerak utama perusahaan dalam mencapai tujuannya secara optimal melalui tugas dan tanggung jawabnya masing-masing tetapi bagaimana Hartono Mall Yogyakarta mengapresiasi kerja karyawan atau memperlakukan karyawan kurang maksimal, sehingga karyawan hanya dianggap sebagai mesin untuk bekerja dan bayaran atas pekerjaannya adalah gaji.

Ketidaksatuan pemahaman akan pentingnya karyawan ini bersumber dari pimpinan perusahaan (*owner*). Sebagai pemegang jabatan tertinggi yang merasa

karyawan hanya sebatas mesin yang sudah cukup dengan bayaran atau gaji atas pekerjaan yang telah dilakukan untuk Hartono Mall Yogyakarta jelas ini memberatkan divisi yang menjalankan tanggung jawab di ranah hubungan karyawan untuk melakukan program hubungan karyawan itu sendiri.

Penerimaan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta adalah berdasarkan kurangnya karyawan disuatu divisi tertentu. Setelah mendapatkan calon karyawan yang cocok untuk mengisi pekerjaan tersebut hal yang paling penting dilakukan hanyalah sebatas memastikan kemampuan karyawan dalam proses *interview* lalu diikuti dengan kesepakatan gaji dan penentuan waktu untuk mulai bekerja. Sementara penjelasan mengenai tujuan perusahaan, nilai dan budaya serta visi misi perusahaan tidak di jelaskan. Hal ini tidak di anggap penting bagi pimpinan perusahaan dan merasa tidak perlu untuk diadakan.

Karyawan di Hartono Mall Yogyakarta hanya perlu melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang sesuai dengan *job desk* dan kemampuannya sebaik mungkin dan akan mendapatkan gaji dalam periode waktu 30 hari bekerja. Mengenai hal seperti fasilitas yang akan diberikan, pada saat awal *interview* biasanya terjadi kesepakatan antara karyawan dengan HRD tetapi kenyataannya seiring berjalannya waktu setelah menjadi karyawan hak akan fasilitas tersebut tidak diperoleh oleh karyawan dan mengenai kenaikan gajipun belum jelas standar dan waktunya. Hal ini merupakan salah satu masalah yang berada di Hartono Mall Yogyakarta karena selain *management* yang terlalu berpusat pada keputusan pimpinan, kepastian janji akomodasi perusahaan dan gaji juga tidak pasti di dapatkan karyawan sehingga sangat jarang ada karyawan Hartono Mall

Yogyakarta yang *loyal*, kebanyakan dari karyawan sejauh ini memilih *resign* paling cepat setelah dua sampai tiga bulan bekerja.

c. Hubungan Karyawan Hartono Mall Yogyakarta

Secara umum dalam aktivitas kerja sehari-hari, hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta berlangsung dalam tiga pola komunikasi, yaitu atasan ke bawahan, bawahan ke atasan, dan antar sesama karyawan. Dengan kata lain, aliran komunikasi menjadi bagian dalam hubungan karyawan. Adapun gambaran hubungan karyawan dengan aliran komunikasi yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Atasan kepada bawahan

Dalam memberikan informasi atau tugas, *General Manager* (GM) selaku pimpinan tertinggi di Hartono Mall Yogyakarta melakukannya secara langsung dan secara tidak langsung dengan karyawan, secara langsung biasanya GM memberikan pengumuman di depan para manajemen atau karyawan di dalam kantor, dan secara tidak langsung dengan proses yang bertahap yakni melalui *Department Head* divisi yang terkait. GM juga sering menyampaikan informasi dan tugas kepada karyawan di sub divisi terkait melalui sekretaris GM atau langsung berbicara kepada HRD. Hubungan antara karyawan dengan GM selaku pimpinan tidak begitu menegangkan dan suasana saat bekerja sama juga terlihat seperti sebuah tim yang tidak memiliki pemetakan antara pemimpin dengan karyawan, namun pengambilan keputusan berada pada

owner. Hal ini dipengaruhi oleh faktor sistem kepemimpinan dari cara Perusahaan ini bekerja, dimana semua aktivitas dan perjalanan operasional di pantau dan di kontrol oleh Manajemen pusat yakni di Solo, karena *owner* sendiri yang berhak memberikan persetujuan atau pembatalan dari setiap pekerjaan di lapangan.

2. Bawahan kepada pimpinan

Proses komunikasi yang terjadi dari bawahan kepada atasan biasanya berupa proses tindaklanjut informasi atau tugas dari GM, karyawan akan memberikan *feedback* berupa laporan kepada GM. Tetapi bila mengenai keluhan karyawan, biasanya mereka sampaikan kepada HRD, lalu HRD yang akan menyampaikannya kepada GM, misalkan seperti urusan proses *resain*, permintaan kenaikan gaji, dan pengajuan kelengkapan janji mengenai dan akomodasi perusahaan kepada karyawan.

Sementara itu, mengenai pengajuan kerja, ketua dalam setiap divisi mendapatkan kesempatan untuk langsung bertemu dengan *owner*, yakni seminggu sekali. Jadi, selain melaporkan ke GM, karyawan juga harus bertemu dengan *owner* dan menyampaikan langsung, bahkan terkadang meskipun sudah di acc oleh GM, *owner* masih bisa membatalkan.

3. Antar sesama karyawan

Komunikasi antar sesama karyawan di Karyawan Hartono Mall Yogyakarta berlangsung dalam suasana informal. Biasanya mereka berkomunikasi satu sama lain saat tidak ada pekerjaan di ruangan, istirahat makan siang dan pada waktu pulang kerja. Dalam komunikasi

ini, hal-hal yang sering dibicarakan adalah pekerjaan atau tindakan pimpinan maupun sesama karyawan yang merugikan mereka, fenomena sosial yang sedang hangat di masyarakat, dan informasi seputar Hartono Mall Yogyakarta.

d. Aktivitas Hubungan Karyawan Hartono Mall Yogyakarta

Hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta dijalankan bersama-sama oleh HRD dan PR tetapi dalam porsi yang berbeda-beda. Agenda dan rancangan kegiatan biasanya diatur oleh HRD sementara PR akan membantu HRD menjalankan kegiatan yang sudah di atur oleh HRD sebelumnya.

Karyawan merupakan pilar utama yang mampu menggerakkan jalannya perusahaan. Karyawan yang puas dengan perusahaan mendatangkan pengaruh positif yang signifikan terhadap hubungan perusahaan dengan konsumen, komunitas, investor, media, pemerintah, dan *stakeholder* penting lainnya, serta yang tak kalah pentingnya, karyawan merupakan cerminan dari perusahaan. Maka dari itu, hubungan dengan karyawan perlu dijaga dengan baik melalui komunikasi internal yang efektif demi mewujudkan komunikasi eksternal yang efektif pula. Namun pemahaman ini tidak di akui oleh seluruh lapisan dalam Hartono Mall sendiri terutama dari *owner* sebagai pimpinan perusahaan.

Menurut *owner* hal yang paling penting adalah perusahaan membayar upah atas pekerjaan yang sudah dijalankan karyawan tanpa memperhatikan bentuk kegiatan lain diluar pekerjaan. Karyawan tidak perlu diapresiasi karena sudah cukup dengan upah

dimana pekerjaannya sudah di akui dan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk melakukan program kegiatan untuk karyawan. Pimpinan perusahaan bahkan tidak memperhitungkan loyalitas karyawan dalam saat bekerja dalam perusahaannya, akibatnya selama dalam waktu setahun lebih Hartono Mall Yogyakarta berjalan, banyak sekali masuk keluar karyawan baru yang mana sebagian besar adalah mengundurkan diri. Alasan yang datang biasanya datang dari kekecewaan karyawan seperti ketidakjelasan mengenai kenaikan gaji setelah 3 bulan bekerja (dengan tetap mempertimbangkan prestasi karyawan), janji mengenai fasilitas dan benefit bagi karyawan yang tidak ditepati atau tidak sesuai dengan kesepakatan saat melakukan kontrak kerja, dan pekerjaan yang dirasa terlalu rumit karena harus diajukan langsung setiap minggu pada pimpinan perusahaan dan sangat banyak yang tidak disetujui oleh *owner*.

Salah satu contohnya adalah sub *Divisi Public Relations* dalam kurun waktu setahun sudah terdapat tiga orang yang menjabat sebagai PR dan akhirnya mengundurkan diri setelah dua bulan bekerja, berdasarkan hasil wawancara dengan HRD dan PR Hartono Mall Yogyakarta alasan *resign* dari salah seorang PR adalah karena keterbatasannya dalam mengeksplor tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan posisinya.

Melihat situasi tersebut maka HRD sebagai salah satu bagian yang mengakui pentingnya menghargai karyawan lebih dari sekedar upah atas pekerjaannya HRD mengakali program untuk karyawan Hartono Mall Yogyakarta dengan melaksanakan kegiatan didalam maupun luar tempat dan waktu bekerja sebagai berikut :

a) Perayaan satu tahunnya Hartono Mall Yogyakarta beroperasi.

Satu tahunnya Hartono Mall Yogyakarta beroperasi tepat pada tanggal 20 November 2016. Dalam merayakan acara ini, *General Manager* (GM) dan seluruh karyawan mengadakan doa singkat dan makan siang bersama bertempat di kantor Hartono Mall Yogyakarta. Acara di mulai dengan sambutan dari GM lalu pemotongan nasi tumpeng dan makan siang bersama. Aktivitas ini tergolong aktivitas hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta karena dalam kegiatan ini, karyawan berkumpul bersama dan terdapat moment dimana mereka bisa menikmati kebersamaan dan rasa memiliki akan perusahaan tempat mereka bekerja yakni Hartono Mall Yogyakarta.



(Gambar 3.1

Seluruh Karyawan Hartono Mall Yogyakarta bersama dengan GM berdoa bersama sebelum pemotongan nasi tumpeng dan makan siang bersama merayakan setahun beroperasinya Hartono Mall Yogyakarta

Sumber : Dokumentasi Penulis)

b) Agenda Olahraga

Dengan tujuan mempererat kedekatan karyawan, HRD merancang sebuah kegiatan di luar jam kantor, yakni olahraga bersama. Olahraga yang dilaksanakan adalah Badminton. Kegiatan ini bersifat fleksibel mengikuti kesediaan karyawan, mengingat kegiatan ini di luar jam kantor. Tetapi sejauh ini, 75% manajemen Hartono Mall Yogyakarta bersedia bergabung dalam kegiatan olahraga ini yang di bagi dalam dua kelompok dan di laksanakan dua kali seminggu yakni setiap hari Rabu dan Jumaat pada pukul 19.00-21.00 bertempat di *Sport Center Babarsari*.

c) *Just Have Fun*

Hampir sama dengan kegiatan yang mengagendakan kegiatan olahraga, sebenarnya HRD sengaja merancang kegiatan sederhana di luar jam kerja karena selama setahun berjalannya Hartono Mall Yogyakarta, selama itu juga belum terdapat program khusus untuk relasi antar karyawan. Namun, HRD menilai bahwa hal tersebut sangat penting di laksanakan dalam sebuah perusahaan, sehingga ia memutuskan untuk mencoba mengambil jam di luar kantor untuk menjalankan kegiatan hubungan karyawan mengingat perusahaan ini merupakan perusahaan keluarga yang tidak memfokuskan kegiatan seperti hubungan karyawan. Alhasil dalam kegiatan ini terbentuklah forum yang secara tidak langsung menjadi ruang untuk para karyawan menyampaikan keluhan dan harapannya sebagai karyawan yang bekerja di Hartono Mall Yogyakarta.

Kegiatan *just have fun* biasanya di laksanakan secara spontan misalkan ketika ada yang berulang tahun atau sekedar menambah kedekatan sesama karyawan yang di atur oleh HRD dan Kepala Divisi tertentu yang merasa perlu untuk menjalankan kegiatan ini. Kegiatan ini biasanya dengan mengajak karyawan dengan kepala divisi dan seluruh anggotanya *hang out* bersama. Kegiatan yang dilakukan biasanya bermain billiard atau karaoke dan makan malam bersama. Tujuan lain dari kegiatan ini juga untuk meningkatkan solidaritas antar sesama karyawan sekalipun dilakukan diluar kegiatan formal perusahaan.

d) Pelatihan

Kegiatan pelatihan yang ada di Hartono Mall Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan mengenai kemajuan suatu sistem yang mempermudah cara kerja perusahaan dan menambah pengetahuan bagi karyawan.

Pelatihan tersebut adalah pelatihan sistem *Software*. Pelatihan ini berasal dari Pusat, yaitu Solo bekerja sama dengan konsultan IFCA (*Information For Competitive Advantage*) dari Jakarta. IFCA merupakan suatu perusahaan yang memfokuskan diri dalam menyediakan layanan komperhensif, terintegritas dan solusi komputerisasi untuk perusahaan-perusahaan di Indonesia yang terkait di bidang *property/real estate* konstruksi, keuangan dan *resort* atau lapangan golf. Selain untuk kemajuan suatu sistem yang mempermudah cara kerja perusahaan melalui sistem dan menambah pengetahuan bagi karyawan alasan Hartono

menjadi klien dari perusahaan IFCA adalah karena IFCA merupakan *software system* yang sangat penting digunakan dalam kegiatan *Operational Building Management* mulai dari fungsi administrasi hingga menjadi laporan keuangan. Adapun karyawan yang mengikuti pelatihan ini adalah karyawan dari divisi *Tenant Management* (TR, Marketing), *Costumer Service*, *Meter Utility (Fitting Out)*, *Account Receivable* (Piutang/ *Collection & Billing*), *Virtual Account (Accounting)*, *Purchasing*, *General Ledger* dan Kasir. Training di mulai pada tanggal 21 November sampai dengan 2 Desember 2016.

2. Pelatihan APAR

APAR adalah singkatan dari Alat Pemadam Api Ringan. Pelatihan ini di adakan oleh PT. Bromindo yang merupakan salah satu vendor dari Hartono Mall Yogyakarta dan di adakan akhir bulan November 2016. Dalam pelatihan ini seluruh karyawan Hartono Mall Yogyakarta ikut berpartisipasi. Tujuan dari pelatihan ini yakni untuk mengantisipasi bila suatu waktu terjadi kebakaran dalam gedung.

3. Pelatihan *Operational Chiller*

Pelatihan ini bekerja sama dengan CV. Berkas Air Hidup. Pelatihan ini bertujuan untuk menambah kemampuan karyawan dalam menganalisa dan merekomendasikan solusi yang paling efektif untuk memanfaatkan energi yang berkaitan dengan *chiller* seperti pendingin ruangan. Pelatihan ini diikuti oleh divisi *Chief M/E*, *Mechanical Electrical* dan *operational* dan di

adakan ketika Hartono Mall Yogyakarta baru beroperasi sekitar satu bulan.

4. Pelatihan *Operational Escalator, travelator* dan *lift* mall. Pelatihan ini bertujuan agar karyawan siap siaga dan paham benar mengenai peralatan internal perusahaan, sehingga bila suatu waktu terjadi masalah karyawan sebagai teknisi dalam gedung mampu menanganinya sendiri tanpa bergantung terus menerus dengan teknisi dari luar. Pelatihan ini diikuti oleh divisi *Chief M/E, Mechanical Electrical*.

e) Media Internal

1. Papan Pengumuman

Papan pengumuman ini berisikan pengumuman dari kepala divisi untuk anggotanya mengenai penegasan suatu kegiatan, *remaining* kegiatan atau perubahan jadwal suatu kegiatan. Papan pengumuman Hartono Mall Yogyakarta terletak di dalam ruangan kerja karyawan baik di gedung karyawan manajemen umum dan ruang karyawan yang terpisah seperti divisi *engenering*. Informasi yang diberitakan melalui papan pengumuman biasanya diberikan oleh kepala divisi.



(Gambar 3.2

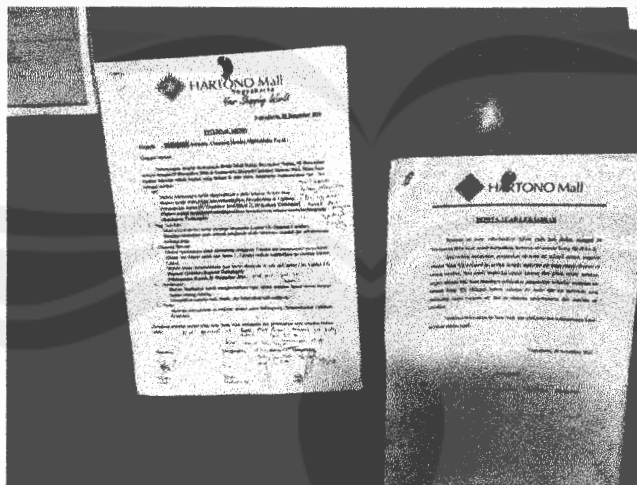
Contoh Papan Pengumuman yang sering digunakan oleh karyawan Hartono Mall

Yogyakarta

Sumber : Dokumentasi Penulis)

2. Memo

Memo cukup sering digunakan dalam kantor selama operasional bekerja, khususnya divisi-divisi seperti *engenering* mengingat divisi ini bekerja 24 jam dan di bagi dalam beberapa *shift*.



(Gambar 3.3

Contoh Memo yang sering digunakan oleh karyawan, khususnya divisi

Engenering Hartono Mall Yogyakarta

Sumber : Dokumentasi Penulis)

3. Sosial Media

Group Whatsapp dan *line* adalah media yang paling sering di gunakan oleh karyawan dan pimpinan dalam menyebarkan informasi atau pengumuman menyeluruh karena lebih cepat dan mencakup seluruh karyawan.

4. Email Internal

Email internal di gunakan hampir sama seperti sosial media, tetapi bersifat lebih penting dan informasi nya juga lebih panjang.

2. Deskripsi Partisipasi Selama Menjalani KKL

Kegiatan KKL di Hartono Mall Yogyakarta dimulai sejak tanggal 12 November sampai 18 Desember 2016. Sama halnya dengan karyawan, melakukan presensi melalui *finger print* dan bekerja selama enam hari dalam satu Minggu (Senin-Sabtu). Pada hari Senin hingga Jumat, mulai bekerja dari pukul 09.00 hingga 17.00 WIB. Sedangkan pada hari Sabtu, tetap mulai bekerja pada pukul 09.00 WIB, tetapi selesai bekerja tiga jam lebih awal yaitu pukul 14.00 WIB. Setiap hari kerja, mendapat jam istirahat makan siang yang sama dengan karyawan lainnya yakni jam 12.00-13.00 WIB.

Penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Communications*, sub divisi *Public Relations* (PR). Selama menjalankan KKL di sub divisi PR, membantu pekerjaan sub divisi lain. Anggara Aprila selaku PR dan juga mentor mengatakan setiap karyawan dan peserta magang boleh mengerjakan pekerjaan sub divisi lain bila sedang tidak sibuk untuk menambah pengalaman dan pengetahuan.

Adapun pekerjaan PR yang dipercayakan kepada selama menjalankan KKL di sub divisi PR, antara lain:

a. Membuat kliping mengenai Hartono Mall Yogyakarta

Setiap harinya setelah presensi kehadiran, penulis mengambil tumpukan koran di ruang tamu yang kemudian dibawa ke ruangan sub divisi PR. Penulis membaca koran-koran tersebut untuk melihat apakah ada berita mengenai Hartono Mall Yogyakarta. Jika ada, berita-berita tersebut akan dipotong dan ditandai dengan tulisan sumber berita, judul berita, halaman berita, dan tanggal berita di baliknya. Selain koran, penulis juga mencari berita mengenai Hartono Mall Yogyakarta di media *online*. Jika ada, berita tersebut disalin ke *word* dan dipotong rapi. Berita tersebut kemudian di serahkan kepada PR untuk di periksa dan kemudian di simpan. Berikut contoh kliping yang pernah di susun oleh penulis selama mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Hartono Mall Yogyakarta mengenai kegiatan mengunjungi Panti Jompo Wreda dan menanam pohon di di kawasan konservasi Taman Nasional Gunung Merapi yang ada di Kalikuning, Cangkringan.



(Gambar 3.4

Kliping berita kegiatan Hartono Mall Yogyakarta

Sumber : Dokumentasi Penulis)

b. Membuat *Press Release*

Penulis diberikan kesempatan untuk membuat *Press Release* mengenai kegiatan berjalannya setahun operasionalnya Hartono Mall Yogyakarta dimana kegiatan yang di jalankan ada dua yakni *Corporate Social Responsibility (CSR) Go Green* di Taman Wisata Gunung Merapi dan kunjungan ke panti Jompo Wreda serta kegiatan *Press Conference* dan *Meet & Greet* film Cinta Laki-Laki Biasa. Penulis diberikan panduan berupa poin-poin yang harus dimasukkan ke dalam *Press Release*. Setelah selesai, *Press Release* diserahkan ke Anggara Aprila selaku PR untuk direvisi, lalu bila sudah selesai penulis akan mengirim melalui email. *Press Release* mengenai suatu kegiatan

dibuat oleh penulis beberapa hari sebelum kegiatan berlangsung, konsep yang dibuat sesuai dengan konsep acara yang akan berjalan tetapi beberapa hal baru ditambahkan dan di edit di hari itu juga setelah kegiatan berakhir dan langsung dikirim setelah itu. Berikut contoh *press release* yang pernah di susun oleh selama mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Hartono Mall Yogyakarta mengenai kegiatan mengunjungi Panti Jompo Wreda dan menanam pohon di di kawasan konservasi Taman Nasional Gunung Merapi yang ada di Kalikuning, Cangkringan.

Minggu, 20 November 2016

Press Release CSR Hartono Mall Yogyakarta Aksi Sosial ke Panti Wredha

Hartono Mall Yogyakarta yang diwakili oleh Tabita Undiana selaku divisi Promotion bersama sejumlah karyawan manajemen mengunjungi beberapa Panti Wredha yang ada di Yogyakarta dan Magelang dan menyerahkan bantuan.

"Kunjungan kami ke Panti Wredha ini sebagai bentuk kepedulian kami akan mereka semua para orang tua dan sekaligus memberikan bantuan," ujarnya.

Beliau mengatakan, program CSR itu memang sudah diagendakan secara rutin beberapa kali setiap tahun dan kebetulan bertepatan dengan 1 tahun beroperasionalnya Hartono Mall Yogyakarta. Kunjungan dilakukan di Panti Wredha Pelkrim Magelang, Panti Wredha Abiyasa Pakem- Sleman, Panti Wredha Budhi Dharma Ponggalan – Umbulharjo, Panti Wredha Hana Mergangsan, dan Panti Wredha Prandan Padudan Klitren.

Tabita menambahkan bahwa sejumlah kegiatan sosial yang diselenggarakan oleh Hartono Mall Yogyakarta pada momen ini selain mengunjungi dan berbagi dengan Panti Wredha, Hartono Mall Yogya juga turut melakukan aksi penanaman pohon di kawasan konservasi Taman Nasional Gunung Merapi yang ada di Kalikuning, Cangkringan.

Pada kesempatan itu pula, Tabita dan tim lebih banyak bercengkrama dengan para penghuni panti dan berbincang-bincang mengenai anggota keluarga dari para lansia tersebut. Saat berbincang, para penghuni juga mengaku sedih karena ada sebagian yang sudah tidak dikunjungi lagi oleh sanak keluarganya.

Selain itu, ia juga sempat memberikan bantuan berupa sumbangan serta beberapa kebutuhan lainnya seperti pakaian, oat meals, biscuit, susu untuk lansia, dll.

"Sebagai anak, seharusnya kita sadar bahwa tanpa mereka tidak mungkin kita lahir di dunia ini. Kita hadir di sana, mereka juga senang karena mereka jarang dikunjungi," sebutnya.

Usai berbincang dengan para penghuni panti, rombongan kemudian kembali melanjutkan perjalanan menuju panti yang berikutnya.

Anggara Prila Nugraha
Public Relation & Promotion
Hartono Mall Yogyakarta



(Gambar 3.5

Press release yang dikirimkan kepada media setelah kegiatan CSR setahun beroperasinya Hartono Mall Yogyakarta

Sumber : Dokumentasi Penulis)

c. Dokumentasi

Penulis diberi tanggung jawab untuk mendokumentasikan kegiatan yang berlangsung dalam beberapa kegiatan seperti setahun berjalannya operasional Hartono Mall Yogyakarta baik di dalam kantor bersama seluruh karyawan dan kegiatan ke luar yakni CSR ke Panti Jompo Wreda dan aksi menanam pohon di kawasan Taman Merapi Yogyakarta. Hasil dokumentasi berupa foto tersebut kemudian diserahkan

kepada PR dan kemudian di pilih mana yang untuk di albumkan dan mana yang untuk di lampirkan dalam *press release*.



(Gambar 3.6

Penanggung jawab Taman Wisata Gunung Merapi memberikan pipit pohon kepada Deputy GM Hartono Mall Yogyakarta.

Sumber : Dokumentasi Penulis)

d. Survei Lokasi

Sebelum memulai kegiatan CSR memperingati setahun berjalannya operasional Hartono Mall Yogyakarta, melakukan survey lokasi bersama PR, HRD dan perwakilan komunitas *Earth Jogja* ke Taman Wisata Gunung Merapi pada tanggal 17

November 2016, sebelum survey dimulai terlebih dahulu , PR, HRD dan perwakilan komunitas *Earth Jogja* bertemu dengan pihak dari Taman Wisata Gunung Merapi.



(Gambar 3.7

Penulis bersama PR dan HRD Hartono Mall Yogyakarta melakukan izin pada pihak Taman Wisata Gunung Merapi dan Survei Lokasi

Sumber : Dokumentasi Penulis)

- e. Penulis bekerja sama membuat proposal pengajuan bibit pohon ke Dinas Kehutanan Yogyakarta bersama PR Hartono dan komunitas Earth Hour Jogja pada tanggal 13 November 2016. Saat itu, penulis bersama Anggara Prila selaku PR Hartono Mall Yogyakarta membuat janji terlebih dahulu dengan komunitas Earth Hour Jogja, dan mulai membuat proposal pada tanggal 13 November 2016 bertempat di *Presotea* dalam Hartono Mall Yogyakarta. Setelah merunding beberapa hal dan disepakati dengan komunitas Earth Hour Jogja, proposal kemudian dikirim oleh pihak *Earth Hour Jogja*.

f. Undangan

Penulis di minta untuk mengirim undangan kepada media mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Hartono Mall Yogyakarta dalam memperingati setahun berjalannya operasional. Kegiatan yang di informasikan dalam undangan adalah menjelaskan bahwa Hartono Mall Yogyakarta akan melaksanakan kegiatan CSR yakni menanam pohon di Taman Wisata Merapi Jogja dan mengunjungi panti asuhan Wreda. Undangan di kirim pada hari Jumat pagi, 18 November 2016. Penulis mengirim undangan tersebut kepada semua media yang ada di Jogja melalui email PR Hartono Mall Yogyakarta.

g. *Foto copy dan print*

Suatu waktu, dalam kantor penulis membantu PR melengkapi keperluannya seperti *foto copy, print* surat, kwitansi dan laporan hasil kegiatan serta nota pengeluaran PR sesuai dengan yang diinstruksikan oleh PR.

h. Evaluasi surat

Penulis pernah sekali diminta untuk mengevaluasi surat masuk dari Jogja Bay yang terkait dengan permohonan *sponsorship* dalam rangka hari ulang tahun Jogja Bay. Pada saat itu, penulis diarahkan untuk membuat surat penolakan *sponsorship* pada Jogja Bay karena ketidakseimbangan keuntungan dalam kerja sama dimana jumlah yang diminta oleh pihak Jogja Bay terlalu besar dan keuntungan bagi Hartono Mall Yogyakarta tidak sesuai. Penulis dilatih untuk merespon surat menolak kerjasama dengan menggunakan bahasa yang sangat halus dan tidak menyinggung pihak yang bersangkutan. Selain itu penulis juga beberapa kali mengirim surat ke radio dan mengatur jadwal kunjungan PR ke radio.

i. Bertemu *Partner Kerja* PR Hartono Mall Yogyakarta

Dalam hal ini, penulis menemani Anggara Prila selaku PR Hartono Mall Yogyakarta untuk bertemu dengan *partner* kerja, baik orang media (Harian Jogja saat itu) ataupun dari perusahaan lainnya. Saat itu penulis menemani PR bertemu dengan PR Jogja Bay pada tanggal 14 November 2016 untuk membicarakan kerja sama dalam kegiatan menyambut ulang tahun Jogja Bay. Setelah itu penulis PR Hartono Mall Yogyakarta bertemu dengan PR Indo Lux membahas soal kerja sama dalam majalah eksternal Indo Lux pada 17 November 2016 yang juga bertemu di Hartono Mall Yogyakarta. Penulis dan PR Hartono Mall Yogyakarta selalu bertemu dengan *Partner Kerja* di Hartono Mall Yogyakarta.

j. Penulis memesan, membeli dan mengantarkan kue dan ucapan selamat ulang tahun kepada media Bernas bersama PR dan HRD Hartono Mall Yogyakarta pada tanggal 16 November 2016. PR Hartono Mall Yogyakarta, mengaku bahwa kegiatan sederhana seperti ini sangat penting dilakukan oleh seorang PR kepada *partner* kerjanya, khususnya media. Hal ini bertujuan untuk mempererat relasi antar Hartono Mall Yogyakarta dan media Bernas, serta membuka jalan untuk mempermudah pemberitaan mengenai Hartono Mall Yogyakarta. Dalam kunjungan singkat kurang lebih 30 menit, penulis, PR dan HRD Hartono Mall Yogyakarta bercerita cukup panjang dengan salah satu pengurus Harian Bernas, seperti bernostalgia mengenai perjalanan Harian Bernas, dan saling tukar kartu nama, lalu di akhiri dengan foto bersama sebelum akhirnya penulis, PR dan HRD Hartono Mall Yogyakarta kembali ke kantor.



(Gambar 3.8

Kunjungan Penulis, PR dan HRD Hartono Mall Yogyakarta ke Bernas pada hari
ulang tahun Bernas Jogja

Sumber : Dokumentasi Penulis)

- k. Membuat laporan pengunjung Mall, yang dilakukan adalah mengoperasikan program *exel*, penulis memasukan data pengunjung Hartono Mall Yogyakarta dari seluruh provinsi dalam negeri. Sebagai salah satu mall yang ramai di kunjungi, Hartono Mall Yogyakarta perlu membuat data mengenai laporan pengunjung Mall, isinya adalah pengunjung Mall mulai dari anak, remaja, keluarga dengan asal daerah, yakni dari seluruh Indonesia. Saat itu penulis menerima data dari PR dan hanya melanjutkan

input data ke dalam *excel*. Hal ini dianggap perlu di datakan karena selain memenuhi permintaan *owner* hal ini juga berarti bisa menjadi bahan referensi bagi Hartono Mall untuk mengetahui *style* Hartono Mall lebih condong ke Mall yang banyak diminati oleh demografi seperti apa, seperti yang dijelaskan oleh PR dari sana data ini juga akan membantu Divisi *Tenant Relations* untuk mendatakan perkiraan mengenai tenant apa yang kemudian diprioritaskan untuk diterima atau untuk di ajak kerja sama dengan Hartono Mall Yogyakarta.

1. *Press Conference* dan *Meet & Great* Film Cinta Laki-Laki Biasa pada tanggal 30 November 2016. Penulis mendapatkan tugas menjadi penerima tamu pada hari kedatangan aktris dan aktor Film Cinta Laki-Laki Biasa, dan sebelumnya penulis bertugas menyebarkan *flyer* acara tersebut ke beberapa kampus dan SMA serta memasang poster dan baliho. *Press Conference* dimulai pada pukul 13.00 dan berlangsung selama kurang lebih 30 menit, lalu setelah selesai dilanjutkan dengan *Meet & Great* kurang lebih juga sekitar 30 menit. Setelah kegiatan selesai penulis dan karyawan yang bertugas mengurus agenda ini kembali ke kantor.



(Gambar 3.9

Press Confrence dan Meet & Great Film Cinta Laki-Laki Biasa di Hartono Mall

Yogyakarta

Sumber : Dokumentasi Penulis)



(Gambar 3.10 Buku Tamu khusus media yang datang ke acara *Press Confrence dan Meet & Great Film Cinta Laki-Laki Biasa*

Sumber : Dokumentasi Penulis)



(Gambar 3.11

Penulis membagi *Flyer Press conference Press Confrence dan Meet & Great Film Cinta Laki-Laki Biasa*

Sumber : Dokumentasi Penulis)

- m. Penulis juga di minta bantuan oleh divisi *Tenant Relations* untuk mengantarkan pengumuman tertulis dari manajemen untuk semua tenan yang ada di Hartono Mall Yogyakarta.
- n. Penulis bersama dengan PR Hartono Mall Yogyakarta mengikuti acara Media Indonesia *Talk Show: Public Relations* dan Perubahan Etika Profesi *Public Relations* di Era Sosial Media bersama dengan seluruh PR se-Jawa Tengah dari berbagai perusahaan dan organisasi. Kegiatan ini diadakan di East Park Hotel Yogyakarta pada tanggal 7 Desember 2016. Penulis mendapatkan beberapa pelajaran baru dalam kegiatan *Talk Show* tersebut, seperti mengenal banyak PR, berbagi mengenai pengalaman dan tantangan Public Relations khususnya di zaman media social saat ini, serta belajar berelasi dengan PR lain untuk saling mendukung dan bekerja sama seperti yang juga di jelaskan oleh PR Hartono Mall Yogyakarta kepada penulis.
- o. Pelatihan APAR
Penulis mengikuti pelatihan dalam kegiatan Alat Pemadam Api Ringan. Pelatihan ini di adakan oleh PT. Bromindo yang merupakan salah satu vendor dari Hartono Mall Yogyakarta dan di adakan awal bulan Desember 2016. Dalam pelatihan ini penulis dan karyawan Hartono Mall Yogyakarta ikut berpartisipasi sebagai partisipan yang mendapat penjelasan mengenai pentingnya memahami cara menanggulangi dan prosedur penggunaan pemadam api ringan yang benar.
- p. Program acara khusus

Dalam kegiatan ini penulis bertanggung jawab untuk mendokumentasikan kegiatan serta sebelumnya memesan nasi tumpeng bersama PR dan HRD Hartono Mall Yogyakarta.

3. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL

a. Analisis PR Hartono Mall

Public Relations Hartono Mall Yogyakarta berada di bawah sisi *HR & GA* divisi *Marketing Communication*. Secara umum tugas PR adalah memastikan kelancaran komunikasi internal dan eksternal, tetapi yang terjadi di Hartono Mall Yogyakarta PR tidak memfokuskan komunikasi internal melainkan komunikasi eksternal khususnya *media & community relations*. Sementara komunikasi internal seperti *employee relations* dijalankan oleh HRD. Meskipun dalam beberapa kegiatan PR dan HRD menjalankannya bersama, ide dan keputusan tetap pada HRD sementara PR hanya membantu kelancaran program tersebut. Hal ini di pengaruhi oleh sistem manajemen yang ditetapkan perusahaan, PR tidak memiliki ruang kreasi yang bebas untuk melakukan inovasi sehingga cenderung melaksanakan tugas sesuai perintah, prosedur, dan kebijakan yang berlaku.

Jika dilihat dari tugas PR yang lebih rinci berdasarkan waktu *daily*, *weekly*, *monthly*, dan *occasionally*, fungsi dan peran PR Hartono Mall Yogyakarta belum dimanfaatkan secara optimal. Secara konkrit, hal ini bisa dilihat dari informasi berupa berita mengenai Hartono Mall Yogyakarta yang dibuat dalam bentuk kliping hanya disimpan, kliping tersebut tidak dibaca dan diperiksa oleh pimpinan. Padahal informasi tersebut penting untuk diketahui sebagai bahan

evaluasi perusahaan, komparasi pemahaman antara perusahaan dengan publik, dan lain sebagainya. Contoh konkrit lain juga bisa dilihat dari ketidakterlibatan PR dalam menangani *employee relations* di Hartono Mall Yogyakarta.

Hal ini tentu tidak sesuai dengan definisi *Public Relations* yang berfungsi membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip Center, dan Broom, 2009:11). Artinya, ketika PR di Hartono Mall Yogyakarta benar-benar menempati fungsi manajemen yang diperhatikan keberadaannya sebagai departemen yang memiliki tanggung jawab atas komunikasi dalam perusahaan baik dengan publik internal maupun eksternalnya pasti PR akan memberikan hasil sangat berarti bagi perusahaan. Demikian pula dengan hubungan karyawan di dalam Hartono Mall Yogyakarta sendiri.

Sejauh ini fungsi dan peran PR selalu menekankan komunikasi eksternal dan tidak mepedulikan isu internal seperti bagaimana karyawan di Hartono Mall Yogyakarta bekerja tanpa mengetahui Visi dan Misi Perusahaan, nilai dan budaya organisasi, tujuan organisasi, dan suasana kerja yang tidak harmonis (*berdasarkan observasi selama di lapangan dan wawancara kepada karyawan Hartono Mall Yogyakarta*). Hal ini juga berarti bahwa PR di Hartono Mall Yogyakarta belum berjalan sesuai dengan definisi Harlow (dalam Cutlip, Center, and Broom 2009 :5) bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan *mutual* dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya ; PR melibatkan

manajemen isu ; PR membantu manajemen agar tetap responsive dan mendapat informasi terkini mengenai opini publik ; PR menekankan tanggung jawab manajemen tetap mengikuti perubahan (*trends*) ; dan PR menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya. Melalui definisi ini, PR sebenarnya mampu memberikan banyak hal yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan termasuk Hartono Mall Yogyakarta.

Keberadaan PR seharusnya dimanfaatkan oleh perusahaan dalam arti PR diberikan ruang sesuai dengan kapasitas tujuan keberadaan PR itu sendiri misalkan bertanggung jawab atas masalah komunikasi perusahaan tidak hanya pada publik eksternal tetapi juga publik internal serta bisa memahami segala hal dari publiknya karena berpengaruh pada keberadaan organisasi atau perusahaan untuk dapat bertahan dan di terima oleh masyarakat.

Meskipun PR Hartono Mall Yogyakarta tidak memainkan peran sebagaimana mestinya khususnya bagi publik internal atau dalam *employee relations*, bukan berarti bahwa aktivitas PR itu tidak ada. Artinya meskipun tidak dijalankan oleh PR, aktivitas PR dalam *employee relations* tetap ada, hanya saja diperankan oleh HRD. Adapun yang dilakukan oleh HRD dalam memainkan peran PR dalam *employee relations* sesuai dengan pendapat menurut Danandjaja (dalam Lestari 2013:15) bahwa berdasarkan kegiatannya, dengan mempertimbangkan publik, tugas PR dalam internal perusahaan yang mana selama ini diperankan oleh HRD Hartono Mall Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap, tingkah laku dan opini publik internal terhadap perusahaan, terutama kebijaksanaan perusahaan yang sedang dijalankan.
2. Melakukan analisa terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan, guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan mempertimbangkan kepentingan publik.
3. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif serta menyangkut kepada berbagai aktivitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai perkembangan perusahaan dengan harapan agar karyawan perusahaan tetap memiliki informasi yang baik mengenai perusahaannya.
4. Merencanakan penyusunan staff yang efektif bagi penugasan yang bersifat internal *public relations* dalam perusahaan.

Selain itu, aktivitas PR yang juga dijalankan oleh HRD yang sebagian dijalankan bersama dengan PR di Hartono Mall Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Mencari dan menyeleksi karyawan atau pegawai. Mulai dari *open requitment*, sistem kontrak, *out sourcing*, atau yang lainnya. PR membantu HRD yang mengadakan *open requitment* mencari calon karyawan dengan mengumumkan kepada masyarakat menggunakan media baik cetak maupun elektronik, lalu membantu tahap seleksi.
2. Menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan dan karyawan dengan karyawan. Kadang kala, terdapat hubungan yang tidak dekat antara

manajemen dan karyawan, demikian juga karyawan dengan seama karyawan. Dalam hal ini HRD HRD mensiasati keadaan tersebut agar bisa berubah menjadi situasi yang lebih baik. HRD mengadakan program hubungan karyawan yang meskipun tidak menjadi program dari Hartono Mall Yogyakarta. Program hubungan karyawan sederhana yang diberi nama “*just have fun*” biasanya dalam bentuk *hang out* dan olahraga tersebut diharapkan akan menimbulkan hasil positif yaitu kedekatan manajemen dengan karyawan, karyawan dengan karyawan dan karyawan bisa merasa dihargai dan diperhatikan setidaknya oleh HRD dan GM karena dalam kegiatan tertentu dalam “*just have fun*” GM biasanya ikut turut serta, meski pimpinan (*owner*) tidak terlibat, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin. Dalam kegiatan ini PR membantu HRD mencari dan mem- *booking* tempat olahraga atau tempat untuk hang out dan menyumbangkan ide-ide lain, bisa juga dengan spontan.

3. Mengkoordinir kegiatan dan *event*. Setiap kegiatan atau *event* yang diadakan oleh semua karyawan organisasi diketahui oleh PR. Karena PR bertanggung jawab untuk memonitoring dan mengevaluasi kegiatan. Dalam kegiatan satu ini, HRD tidak mengambil bagian tetapi lebih difokuskan kepada PR karena biasanya dari kegiatan atau *event* yang dilaksanakan pasti akan dibuat *release* dan bila berhubungan dengan media jelas bahwa itu menjadi tanggung jawab PR.
4. PR dan HRD menjalin hubungan yang harmonis dengan semua karyawan organisasi (sebagai konseling dalam perusahaan). Sebagai konseling dalam

perusahaan keduanya berkomunikasi langsung dengan para karyawan organisasi dan mengetahui sifat, karakter, sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan, serta perasaan para karyawan sehingga akan timbul suatu hubungan yang harmonis. Tetapi dalam konseling perusahaan, karyawan cenderung lebih banyak langsung ke HRD dibandingkan melalui PR, mungkin alasannya dikarenakan posisi HRD lebih tinggi dari PR dalam struktur organisasi perusahaan.

5. HRD mendukung semua aktivitas atau kegiatan yang diadakan organisasi, selama aktivitas atau kegiatan tersebut bermanfaat untuk kepentingan publik serta sesuai dengan tujuan organisasi serta agar dapat lebih dekat dengan para karyawan.
6. HRD *me-manage* pemberian penghargaan, kenaikan pangkat atau jabatan, pemutusan hubungan kerja, pensiun, dan jaminan sosial. PR dalam hal ini selalu mengingatkan HRD untuk membantu pimpinan organisasi dalam memberikan masukan atau usulan tentang pemberian penghargaan kepada para karyawan yang aktif, memiliki kinerja bekerja yang tinggi, atau karyawan yang sudah lama bekerja di perusahaan.

Demikian keduanya bekerja sama menjalankan aktivitas PR untuk hubungan dan aktivitas hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta. PR terkadang sebagai pemberi ide atau konsep, tetapi pelaksanaannya dipimpin oleh HRD itu sendiri.

b. Analisis Karyawan Hartono Mall

Menurut Keraf (dalam Dewi 2013:7-8) karyawan adalah orang-orang profesional yang tidak mudah digantikan. Sedangkan Sierma dan Saragih (dalam Simamora) karyawan sebagai penggerak utama dalam setiap perusahaan. Tanpa karyawan, organisasi dan sumber daya lainnya tidak akan pernah menjadi sesuatu yang berarti. Sementara itu, Departemen Pendidikan Nasional dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan karyawan sebagai orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapat gaji atau upah. Karyawan menjual jasa berupa pikiran dan tenaga dan mendapat gaji sebagai imbalannya.

Hal ini sudah berjalan di Hartono Mall Yogyakarta, operasional Hartono Mall sejauh ini berjalan tentu karena adanya sumber daya manusia, yakni karyawan itu sendiri. Karyawan wajib dan terikat untuk mengerjakan tugas yang diberikan dan berhak memperoleh gaji sesuai perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Perusahaanpun telah merekrut dan menetapkan karyawan sesuai dengan jurusan atau kemampuannya masing-masing, hal ini sesuai dengan pendapat(Effendy, 2000:122), dimana perusahaan harus selalu berusaha untuk memperoleh dan menempatkan karyawan yang berkualitas pada setiap jabatan dan tugas agar pelaksanaan pekerjaan lebih berdaya guna serta berhasil.

Hartono Mall Yogyakarta memiliki dua jenis karyawan yakni karyawan kontrak dan karyawan *outsourcing*. Secara penampilan kedua karyawan ini jelas berbeda oleh karena seragam yang digunakan saat bekerja. Tetapi tidak ada perbedaan Hak dan partisipasi karyawan di kantor, semua kembali mengikuti

jobdesk dan aturan yang ditetapkan, sedangkan persoalan seperti gaji mendapat prosedur yang berbeda karena karyawan kontrak melakukan pengajuan ke HRD sementara karyawan *outsourcing* berurusan dengan *vendor* darimana mereka di bayar.

c. Analisis Hubungan Karyawan Hartono Mall

Aktivitas PR terbagi atas ruang lingkup publik yang dimilikinya. Salah satu aktivitas yang dilaksanakan dalam publik internal adalah aktivitas hubungan karyawan. Hubungan karyawan menurut Davis (dikutip Effendy, 1993 :51) merupakan bentuk upaya memotivasi manusia untuk menumbuhkan kerja sama yang efektif dan memberikan pemenuhan kebutuhan serta jalan untuk mencapai tujuan organisasi. Hubungan karyawan menciptakan dan memelihara sistem komunikasi internal antara pemilik perusahaan dengan para karyawan dan sesama karyawan itu sendiri. Berdasarkan defenisi ini, dapat dilihat bahwa PR tentu memiliki kapasitas untuk menjalankan dan bertanggung jawab atas hubungan karyawan dalam suatu perusahaan, karena defenisi tersebut menjelaskan bahwa hubungan karyawan berkaitan dengan upaya memotivasi untuk menumbuhkan gairah kerja dan kerja sama, serta menciptakan dan memelihara komunikasi internal antara pemilik perusahaan dengan para karyawan dan sesama karyawan itu sendiri. Selain itu, bila menyangkut komunikasi dan relasi seperti halnya hubungan karyawan, PR memiliki tanggung jawab dan wewenang untuk mengetahui sikap para karyawan yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Abdurrachman 1993:35).

Hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta, dijalankan oleh HRD. PR tidak berperan sebagai jembatan komunikasi antara kegiatan komunikasi yang terjadi dalam internal perusahaan. Tugas dan tanggung jawab ini sebagian besar menjadi kewenangan HRD. HRD memperhatikan berbagai isu, yang berpotensi menghambat berbagai kegiatan internal dalam mencapai tujuan perusahaan, termasuk masalah yang menyangkut komunikasi, serta menganalisa publik internal dengan mendengarkan keluhan dan kritik saran para karyawan terhadap perusahaan meski di waktu yang spontan atau tidak ada waktu khusus.

Dalam beberapa hal HRD kesulitan untuk memproses karena membutuhkan persetujuan *owner*, namun tetap saja HRD berusaha mengatasi masalah atau sekedar mendengar dan diproses, tergantung apa yang di *share* oleh karyawan. Kegiatan yang terlihat sederhana ini justru sebenarnya sangat membantu perusahaan untuk mengambil tindakan yang memang sudah seharusnya di jalankan perusahaan seperti maksud dan tujuan dari aktivitas hubungan karyawan seperti :

1. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang digunakan dalam organisasi.
2. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para karyawan.
3. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan kebijaksanaan, peraturan, dan ketatakerjaan dalam perusahaan

4. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (Abdurrachman, 1993:35).

Hubungan karyawan bisa dikatakan sebagai salah satu jembatan dalam mencapai tujuan perusahaan. Di Hartono Mall Yogyakarta, aliran komunikasi menjadi bagian dalam hubungan karyawan. Komunikasi antara karyawan dengan pimpinan berlangsung dua arah dan secara langsung atau tatap muka, meskipun hanya perwakilan dari tiap sub divisi. Di Hartono Mall, seluruh pusat kepastian dan keputusan berada di tangan *owner*. Sebagai pemimpin tertinggi yang sekalipun tidak di cantumkan dalam struktur organisasi perusahaan, *owner* tetaplah pemimpin tertinggi. Dalam hal komunikasi seperti pembelanjaan, program dan beberapa hal lainnya, setiap sub divisi melaporkan ke GM dan GM mengatur jadwal, biasanya dua minggu sekali untuk berangkat ke Solo untuk mempresentasikan dan melakukan pengajuan secara langsung kepada *owner*. Hal ini erat kaitannya dengan dasar perusahaan Hartono yang adalah perusahaan berbasis keluarga.

Menurut penulis hal ini menyebabkan keberadaan dan peran karyawan hanya sebagai pekerja atau pelaksana, dan tidak ada keterlibatan karyawan dalam menentukan keputusan baik melalui saran, pendapat, dan lain sebagainya, padahal pemimpin yang baik harusnya menyadari penting mengembangkan komunikasi dengan karyawan sebagai bawahan, karena saat pemimpin bersedia untuk mendengarkan saran dan pendapat bahkan kritik dari karyawan setidaknya akan

membuat karyawan merasa diperlakukan sebagai manusia yang berharga yang akibatnya akan menimbulkan kegairahan dalam bekerja. Hal ini didukung oleh pendapat Pace dan Faules (dalam Satila 2009;9-10) yang menyatakan apabila komunikasi ke atas yakni karyawan kepada pimpinan tidak berjalan seperti yang diharapkan, manajemen bisa dirugikan karena hal yang terjadi sebagai berikut :

1. Informasi dari bawah ke atas adalah informasi berharga untuk pembuatan keputusan oleh mereka yang mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan karyawan lainnya.

Apabila setiap pertemuan karyawan dalam hal ini bawahan dengan *owner* sebagai atasan tertinggi hanya sebatas mempresentasikan laporan hasil program dan pengajuan program atau pembelian, akan sangat terbatas *owner* mendapatkan informasi lain dari bawahan untuk menjadi bahan pertimbangannya pembuatan keputusan dalam mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan karyawannya.

2. Komunikasi ke atas memberitahukan kapan bawahan mereka siap menerima informasi dari atasan dan seberapa baik bawahan menerima pesan.

Artinya sebuah keputusan yang dilakukan oleh atasan harus mempertimbangkan waktu yang tepat untuk disampaikan kepada karyawannya. Karena dengan mengagendakan segala sesuatu secara teratur atau sesuai rencana pasti akan lebih mudah untuk dipahami dan dijalankan oleh karyawan. Contohnya adalah salah satu kejadian yang terjadi saat penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di

Hartono Mall Yogyakarta, divisi *purchasing* mengalami masalah saat memesan lampu untuk kebutuhan Hartono Mall Yogyakarta sebanyak 2.000 buah lampu. *Owner* secara mendadak menghubungi divisi *purchasing* untuk memesan lampu ke vendor yang selama ini bukan langganan Hartono Mall Yogyakarta yang sebelumnya sudah di *acc* oleh beliau sendiri. Akhirnya divisi *Purchasing* harus membatalkan pesanan tersebut demi mengikuti perintah *owner* dan disisi lain karyawan harus bertanggung jawab kepada langganan sebelumnya. Untuk karyawan divisi *Purchasing* itu sendiri di Hartono Mall Yogyakarta merupakan divisi yang paling sering karyawannya memutuskan untuk *resign*.

3. Komunikasi ke atas memungkinkan keluhan pegawai bisa muncul ke permukaan sehingga atasan dapat mengetahui apa yang telah terjadi.

Di Hartono Mall Yogyakarta, *owner* sebagai atasan tertinggi justru mengabaikan makna loyalitas dari karyawannya. Yang diutamakan adalah karyawan yang mampu mengikuti setiap perintah dan keputusannya sehingga bagi *owner* keluhan karyawan tidak menjadi hal yang penting dan bila karyawan tidak suka, ada opsi untuk melakukan *resign*.

4. Komunikasi ke atas menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbangkan gagasan serta saran-saran mengenai operasi organisasi.

Di Hartono Mall Yogyakarta, karyawan yang berhak mendapatkan kesempatan untuk menyumbangkan gagasan atau saran operasi sangat

jarang terjadi, hal ini dipengaruhi oleh keberadaan Hartono Mall Yogyakarta berada di Yogyakarta, sementara *owner* berada di Solo, dan *management* Hartono Mall Yogyakarta juga berada di bawah *management* Solo.

5. Komunikasi ke atas memberikan pimpinan kesempatan untuk menentukan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah. Hal ini tidak berjalan di Hartono Mall Yogyakarta, karena *owner* sebagai pimpinan atau atasan tidak menganggap hal ini penting, bagi *owner* yang terpenting adalah bawahan dapat bekerja sesuai dengan perintah dari atasan.
6. Komunikasi ke atas membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan dan memperkuat keterlibatan mereka dalam perusahaan.

Hal ini tidak terjadi dengan mudah di Hartono Mall Yogyakarta, karena faktanya berdasarkan observasi penulis dan mendengar cerita karyawan Hartono Mall Yogyakarta, justru masalah pekerjaan itu sendiri lahir dari ketidakpastian atasan kepada karyawan. Misalkan selama penulis menjalani kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL), selama setahun berjalannya operasional Hartono Mall Yogyakarta, karyawan tidak mengetahui budaya organisasinya seperti visi misi, nilai perusahaan dan tujuan perusahaan, semua tidak pernah diketahui oleh karyawan, hak untuk menyampaikan gagasan juga di anggap sesuatu yang sangat susah, karena harus berhadapan dan berkomunikasi langsung dengan *owner*, jadi

demikian minim keterlibatan karyawan dalam berelasi dengan pimpinan atau *owner*.

Itulah mengapa komunikasi dalam sebuah perusahaan harus benar-benar bisa diterapkan dengan sebaik mungkin, karena perusahaan akan memiliki karyawan yang bisa mendukung pencapaian tujuan perusahaan dan selain itu akan timbul rasa saling puas antara atasan dan bawahan ketika mampu bekerja sama.

Sementara itu, komunikasi antar seama karyawan berjalan baik saat sedang bekerja, karyawan bertanggung jawab atas tugas mereka masing-masing, meskipun terkadang terdapat suasana yang canggung karena desas desus perbedaan pendapat atau gosip meski hanya dalam kurun waktu yang singkat. Selain itu hal yang juga paling sering di bahas sesama karyawan seperti di jam istirahat, makan siang atau saat *hang out* adalah mengeluhkan soal pemimpin (*owner*). Informasi ini cepat sekali menyebar dan biasanya yang di bicarakan adalah tindakan pemimpin yang merugikan. Hal ini akhirnya ikut menegaskan bahwa komunikasi karyawan dengan pimpinan yang efektif melalui arus komunikasi dua arah menjadi sangat penting dilakukan untuk mencegah atau menghindari kesalahan interpretasi. Selain itu, perusahaan akan memperoleh karyawan yang semakin puas dan lebih produktif, optimalnya pencapaian tujuan organisasi, serta akan terjadi peningkatan dalam berhubungan dengan konsumen, komunitas, dan investor (Lattimore, *et al.*, 2010:231).

d. Analisis Aktivitas Hubungan Karyawan Hartono Mall

Sebagai perusahaan yang tujuan utamanya adalah *profit*, Hartono Mall Yogyakarta menyadari pentingnya keberadaan dan peran karyawan dalam mendukung perusahaan mencapai tujuannya. Hal ini terlihat dari adanya upaya untuk melaksanakan aktivitas hubungan karyawan sekalipun manajemen di Hartono Mall Yogyakarta sendiri masih tergolong sangat baru. Secara umum, aktivitas hubungan karyawan yang dijalankan sudah mengarah ke empat aktivitas hubungan karyawan menurut Ruslan (1998: 253-257), yaitu:

1. Adanya program pelatihan

Program pelatihan di Hartono Mall Yogyakarta adalah program yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang prima bagi perusahaan sesuai dengan divisi karyawan masing-masing. Adapun program pelatihan yang ada di Hartono Mall Yogyakarta selama penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKL) adalah sebagai berikut :

a. Pelatihan IFCA (*Information For Competitive Advantage*)

Pelatihan mengenai kemajuan suatu sistem yang mempermudah cara kerja perusahaan dan menambah pengetahuan bagi karyawan.

Pelatihan tersebut adalah pelatihan sistem *Software*. Pelatihan ini berasal dari Pusat, yaitu Solo bekerja sama dengan konsultan IFCA (*Information For Competitive Advantage*) dari Jakarta. IFCA merupakan suatu perusahaan yang memfokuskan diri dalam

menyediakan layanan komperhensif, terintegritas dan solusi komputerisasi untuk perusahaan- perusahaan di Indonesia yang terkait di bidang *property/real estate* konstruksi, keuangan dan *resort* atau lapangan golf. Selain untuk kemajuan suatu sistem yang mempermudah cara kerja perusahaan melalui sistem dan menambah pengetahuan bagi karyawan alasan Hartono menjadi klien dari perusahaan IFCA adalah karena IFCA merupakan *software system* yang sangat penting digunakan dalam kegiatan *Operational Building Management* mulai dari fungsi administrasi hingga menjadi laporan keuangan. Adapun karyawan yang mengikuti pelatihan ini adalah karyawan dari divisi *Tenant Management* (TR, Marketing), *Costumer Service*, *Meter Utility (Fitting Out)*, *Account Receivable* (Piutang/ *Collection & Billing*), *Virtual Account (Accounting)*, *Purchasing*, *General Ledger* dan Kasir. Training di mulai pada tanggal 21 November sampai dengan 2 Desember 2016.

b. Pelatihan APAR

APAR adalah singkatan dari Alat Pemadam Api Ringan. Pelatihan ini di adakan oleh PT. Bromindo yang merupakan salah satu vendor dari Hartono Mall Yogyakarta dan di adakan akhir bulan November 2016. Dalam pelatihan ini seluruh karyawan Hartono Mall Yogyakarta ikut berpartisipasi. Tujuan dari pelatihan ini yakni untuk mengantisipasi bila suatu waktu terjadi kebakaran dalam gedung, selain itu kegiatan ini melatih karyawan untuk tidak panik bila suatu waktu terjadi kebakaran

tetapi mampu untuk memahami cara menanggulangi dan prosedur penggunaan pemadam api ringan yang benar.

c. Pelatihan *Operational Chiller*

Pelatihan ini bekerja sama dengan CV. Berkas Air Hidup. Pelatihan ini bertujuan untuk menambah kemampuan karyawan dalam menganalisa dan merekomendasikan solusi yang paling efektif untuk memanfaatkan energi yang berkaitan dengan *chiller* seperti pendingin ruangan. Pelatihan ini diikuti oleh divisi *Chief M/E, Mechanical Electrical* dan *operational* dan di adakan ketika Hartono Mall Yogyakarta baru beroperasi sekitar satu bulan.

d. Pelatihan *Operational Escalator, travelator* dan *lift* mall. Pelatihan ini bertujuan agar karyawan siap siaga dan paham benar mengenai peralatan internal perusahaan, sehingga bila suatu waktu terjadi masalah karyawan sebagai teknisi dalam gedung mampu menanganinya sendiri tanpa bergantung terus menerus dengan teknisi dari luar. Pelatihan ini diikuti oleh divisi *Chief M/E, Mechanical Electrical*.

2. Program penghargaan

Program penghargaan di Hartono Mall Yogyakarta sejauh ini memang belum berjalan, tetapi agenda untuk melaksanakannya sudah di atur oleh HRD dan harapannya akhir tahun 2017 program tersebut bisa berjalan. HRD menyadari bahwa penghargaan yang diberikan dapat meningkatkan semangat kerja, produktivitas, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

3. Adanya program acara khusus

Program acara khusus Hartono Mall Yogyakarta adalah perayaan satu tahun berjalannya operasional manajemen Hartono Mall Yogyakarta, yang di adakan pada 20 November 2016. Acara ini di ikuti oleh GM dan seluruh karyawan. Bentuk kegiatannya adalah doa dan makan siang bersama.

4. Adanya program media internal

Media internal yang diproduksi dan digunakan oleh Hartono Mall Yogyakarta adalah papan pengumuman, dan memo dan sosial media dal *group whatsapp*. Melalui media internal tersebut, para karyawan dapat mengetahui informasi terbaru di perusahaan. Menurut penulis, program media internal yang dijalankan Hartono Mall Yogyakarta sudah baik, tetapi akan lebih baik lagi bila Hartono Mall Yogyakarta menerbitkan majalah internal, alasannya kembali lagi melihat bahwa Hartono Mall Yogyakarta adalah perusahaan yang tergolong memiliki cukup banyak karyawan, kelak media internal akan memberikan banyak informasi untuk karyawan dan sebagai bahan untuk arsip.

Aktivitas PR terbagi atas ruang lingkup publik yang dimilikinya. Secara teori, salah satu aktivitas PR yang dilaksanakan dalam publik internal adalah aktivitas hubungan karyawan yang berfungsi untuk meningkatkan dan menumbuhkan kesadaran pihak manajemen terhadap pentingnya membina hubungan baik dengan karyawan karena turut berperan dalam menciptakan reputasi perusahaan melalui semangat kerja dan pelayanan yang optimal terhadap perusahaan dan publik eksternal. Di Hartono Mall Yogyakarta, aktivitas hubungan karyawan dijalankan oleh PR dan HRD. PR tidak memiliki kewenangan penuh dalam menetapkan program ataupun kegiatan yang terkait

dengan karyawan. Adapun kewenangan tersebut hanya terbatas sampai pada perencanaan program. Tetapi yang berhak atau memiliki kewenangan untuk mengajukan rancangan program adalah HRD kepada atasan, jadi PR hanya bisa member ide kepada HRD dan HRD yang menyampaikan ke atasan dan kemudian tanggung jawab tersebut menjadi tanggung jawab HRD, sedangkan PR tetap terlibat dalam pelaksanaannya menemani HRD.

Dalam aktivitas hubungan karyawan, hal yang juga sangat penting untuk dilakukan adalah analisa publik internal dengan mengadakan *survey* mengenai sikap karyawan terhadap kebijakan perusahaan dan evaluasi program serta kegiatannya. Maksud dari hal tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana sikap dari karyawan yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Abdurrachman, 1993:35). Menurut penulis, hal ini berguna karena selain mempertahankan karyawan, juga sekaligus sebagai tindakan menghargai keberadaan karyawan yang sangat penting dalam menggerakkan perusahaan. Dalam hal ini, PR Hartono Mall Yogyakarta sebaiknya mengambil peranan penting mengingat tugas utamanya adalah memastikan kelancaran komunikasi internal dan eksternal. PR sebaiknya tidak hanya fokus menjalin hubungan dengan publik eksternal, tetapi juga dengan publik internal yaitu karyawan demi keselarasan pemahaman antara karyawan dengan perusahaan.

Di Hartono Mall Yogyakarta, tidak pernah diadakan *survey* mengenai sikap karyawan terhadap kebijakan perusahaan dan juga evaluasi program dan kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh perusahaan, padahal dengan jumlah karyawan yang termasuk banyak dan perusahaan yang termasuk besar seperti Hartono Mall Yogyakarta sebaiknya keberadaan PR bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin demi

kepentingan perusahaan itu sendiri, misalkan dengan menyediakan media berupa kotak saran untuk menampung masukan dan keluhan karyawan karena semua itu penting diadakan sebagai media aspirasi karyawan terhadap kebijakan, program, dan kegiatan-kegiatan perusahaan yang mempengaruhi kemajuan perusahaan ke depannya.

Aktivitas hubungan karyawan yang sudah dilaksanakan tentunya memiliki maksud dan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Abdurrachman, maksud dan tujuan dari aktivitas hubungan karyawan adalah sarana komunikasi internal secara timbal balik, sarana untuk menyelaraskan pemahaman manajemen perusahaan dengan karyawan, sarana sosialisasi kebijakan dan tatakerja perusahaan, serta sarana bagi karyawan untuk menyampaikan keinginan, saran, dan informasi kepada pihak manajemen perusahaan (1993:35). Selama riset berupa *survey* dan lain sebagainya tidak dilakukan, maka maksud dan tujuan tersebut tidak dapat tercapai secara optimal.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setiap perusahaan tentu memiliki karyawan sebagai motor penggerak bagi perusahaan untuk bisa mencapai tujuannya sebagai sebuah perusahaan. Hartono Mall Yogyakarta sebagai Mall terbesar di seluruh Jawa Tengah memiliki karyawan sejumlah 270an yang terbagi atas karyawan kontrak dan karyawan *outsourcing*. Tidak terdapat perbedaan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai karyawan di Hartono Mall Yogyakarta dari kedua jenis karyawan ini. Perbedaan hanya terletak pada kostum atau seragam yang digunakan. Karyawan kontrak tidak memiliki seragam khusus yang harus digunakan setiap hari sedangkan karyawan *outsourcing* selalu menggunakan seragam tempat dari mana mereka disewa oleh Hartono Mall Yogyakarta.

Adapun fasilitas dari Hartono Mall Yogyakarta bagi karyawannya adalah adanya *Pantry* di kantor, karyawan diberikan *Handphone* (kecuali karyawan divisi keuangan) dan *Laptop*, tersedia P3K, satu buah mobil perusahaan yang boleh di gunakan bersama tergantung dengan kepentingan karyawan yang ingin menggunakan serta jaminan sosial yakni BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan yang mencakup jaminan kecelakaan saat bekerja, jeminan saat meninggal, jaminan saat lanjut usia dan pensiunan, dan tunjangan transport, uang makan dan premi hadir.

Fasilitas tersebut diberikan dengan harapan membantu kelancaran pekerjaan karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, demikian juga dengan tunjangan dan jaminan sosial. Demikian setiap karyawan mendapatkan fasilitas dan tunjangan yang berbeda-beda kecuali fasilitas seperti *pantry*, fasilitas kesehatan dan

kendaraan kantor selain itu semuanya sama, kecuali tunjangan yang berbeda-beda jumlah nominalnya.

Aktivitas hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta dijalankan bersama-sama oleh HRD dan PR. HRD memiliki kewenangan lebih besar untuk mengadakan kegiatan internal dalam perusahaan sama halnya dengan hubungan karyawan. Sementara PR hanya membantu mengeksekusi program yang telah dirancang oleh HRD dan meneruskannya ke pihak media sebagai bahan pemberitaan. HRD tidak hanya sekedar menjalankan hubungan karyawan, tetapi juga menjalankan fungsi PR dalam ranah komunikasi yakni menjadi jembatan komunikasi untuk hubungan karyawan. Jadi meskipun PR tidak sepenuhnya memegang kewenangan untuk mengelola hubungan internal, fungsinya tetap berjalan.

Aktivitas hubungan karyawan yang dijalankan di Hartono Mall Yogyakarta adalah perayaan setahun Hartono Mall Yogyakarta beroperasi, agenda olahraga bersama, kegiatan *just have fun*, dan program pelatihan yang meliputi teknis dan khusus bagi karyawan Hartono Mall Yogyakarta. Pelatihan yang dijalankan selama satu tahun beroperasinya Hartono Mall antara lain, adalah karyawan mendalami suatu program yang *software* yang mempermudah fungsi administrasi perusahaan (IFCA), pelatihan teknis antisipasi kebakaran (APPAR), pelatihan yang bertujuan untuk menambah kemampuan karyawan dalam menganalisa dan merekomendasikan solusi efektif seperti mendinginkan ruangan (Pelatihan *Operational Chiller*), dan pelatihan *Operational Escalator, Travelator, Dan Lift Mall*, serta program media internal yang meliputi, papan pengumuman, memo, *email internet* dan *social media group chat*.

Program pelatihan, acara khusus dan media internal berada di bawah tanggung jawab HRD demikian juga dengan program media internal yang berada di bawah tanggung jawab HRD tetapi masih ada campur tangan PR seperti contohnya saat menjalankan aktivitas program hubungan karyawan ini.

Aktivitas hubungan karyawan di Hartono Mall Yogyakarta sudah cukup mampu membangun suasana kerja yang kondusif, bahwasannya ini memberikan gambaran komunikasi internal yang cukup baik bagi perusahaan yang baru berdiri selama satu tahun. Hal ini terlihat dari keakraban antar karyawan baik yang berada dalam satu divisi maupun yang berbeda divisi serta koordinasi kerja yang baik di antara mereka. Karyawan juga selalu menyelesaikan tugas dan tanggung jawab yang diberikan dengan baik dan tepat waktu. Tetapi hubungan ini masih belum maksimal karena terdapat jarak yang cukup jauh antara hubungan karyawan dengan atasan khususnya *owner*. Selain itu karyawan membutuhkan aktivitas hubungan karyawan yang lebih baik dan lebih terorganisir seperti program penghargaan yang berpengaruh besar dalam meningkatkan performa kerja karyawan serta kegiatan yang melibatkan *owner*.

Meskipun demikian, Hartono Mall Yogyakarta perlu mempertahankan bahkan meningkatkan produktivitas kerja karyawan dengan melakukan *survey* mengenai sikap karyawan terhadap kebijakan perusahaan dan evaluasi program serta kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh perusahaan. Selain itu, kotak saran juga perlu disediakan untuk menampung masukan dan keluhan dari karyawan. Hal ini dapat membuat karyawan merasa lebih dihargai karena tidak hanya sekedar menjalankan perintah, tetapi juga berpartisipasi dalam penentuan kebijakan perusahaan melalui saran dan masukan

yang diberikan. Karyawan yang dihargai akan semakin puas dan produktif dalam mendukung perusahaan mencapai tujuannya secara lebih optimal.

B. Saran

Sebagai sub divisi yang tugas utamanya adalah memastikan kelancaran komunikasi internal, PR harusnya memegang kendali untuk menetapkan rancangan program kegiatan hubungan karyawan dan lebih aktif dalam menjembatani komunikasi antara manajemen puncak dengan karyawan demi terciptanya *mutual understanding* dan pencapaian tujuan perusahaan secara lebih optimal. Wujudnya bisa dengan mengadakan *survey* mengenai sikap karyawan terhadap kebijakan dan evaluasi program serta kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh perusahaan dan juga kotak saran untuk menampung masukan dan keluhan karyawan.

Hartono Mall Yogyakarta seharusnya memanfaatkan keberadaan PR dengan segala fungsinya untuk menjalankan hubungan internal. Bahwa PR tidak hanya berfokus pada urusan hubungan eksternal, tetapi juga hubungan internal seperti hubungan karyawan. Selain itu, sudut pandang Hartono Mall Yogyakarta mengenai karyawan juga perlu diluruskan, jika perusahaan mampu mengakui bahwa karyawan merupakan aset berharga yakni motor penggerak dalam perusahaan demi mencapai tujuan, sudah saatnya karyawan di nilai lebih dari sekedar robot. Karyawan perlu dihargai, dan di apresiasi demi kepentingan pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri.

Dengan meluruskan pikiran ini penulis yakin implikasinya perusahaan akan lebih mudah mengadakan kegiatan untuk karyawan Hartono Mall Yogyakarta, selain itu fasilitas untuk karyawan juga perlu ditingkatkan, seperti ruang kesehatan bagi karyawan,

kantin karyawan, karena Hartono Mall Yogyakarta merupakan perusahaan besar yang mana sudah semestinya memiliki fasilitas yang bisa mendukung produktifitas karyawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Jucrrahman, Oemi. 1993. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Dom, G.M & Dozier, D.M. 2000. *Using Reaserch in Public Relations:Application to Program Management*. New Jersey:Pretince Hall
- Slip, Scoot.M., Center, Allen H. dan Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations (Ed. 9)*. Jakarta: Kencana.
- Endy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Kins, Frank. 1996. *Public Relations* (terjemahan). Jakarta: Penerbit Erlangga
- hnston, Jane and Zamawi, Clara. 2000. *Public Relations Theory and Practice (Ed. 2)*. Australia: Allen and Unwin.
- rdiman, Ima.2007. *Karir Public Relations The Most Wanted Job!*.Jakarta: Gagas Ulung.
- ttimore, Dan. Et al. 2010. *Public Relations: Profesi dan Praktik (Ed. 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- anullang M., & Manullang M. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (edisi-1), Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.

ilan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*.

Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

nawaty, Erny. 2011. *Evaluasi Kegiatan Employee Relations dalam Upaya Meningkatkan*

Produktivitas Kerja Karyawan Ina Garuda Yogyakarta. Universitas UPN Veteran.

Yogyakarta.

wi, Maria Fatima. 2013. *Aktivitas Hubungan Karyawan di PT. Angkasa Pura 1 Denpasar*.

Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta.

ahyuningsih, Lestari. 2013. *Tugas Dan Fungsi Public Relation Dalam Organisasi*. Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta

tila, Lena. 2009. *Program Komunikasi Internal untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan*.

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas UGM. Yogyakarta

mino. 2014. *Pengaruh Media Internal dalam Membina hubungan antara Karyawan*.

Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga. Yogyakarta

HR. 2015. "Hartono Mall Yogyakarta Resmi Dibuka Hari Ini". *Tribun Jogja*. 20 November.

<http://jogja.tribunnews.com/2015/11/20/breaking-news-hartono-mall-yogyakarta-resmi->

[dibuka-hari-ini](http://jogja.tribunnews.com/2015/11/20/breaking-news-hartono-mall-yogyakarta-resmi-) . Di akses pada Sabtu, 5 November 2016.

ibun Jogja. Hartono Mall Yogyakarta Segera Dibuka. 18 November 2015

<http://jogja.tribunnews.com/2015/11/18/hartono-mall-yogyakarta-segera-dibuka>. Di akses

pada Selasa, 5 April 2017.



LAMPIRAN

Yogyakarta, 18 Desember 2016



HARTONO Mall
Management Office

Kepada Yth :

.....
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Di tempat.

Dengan Hormat,

Bersama surat ini kami bermaksud untuk menyampaikan bahwa Mahasiswa atas
Nama Lengkap : Suci Maria
NIM : 130905085
Telah benar-benar melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Hartono Mall
Yogyakarta dari tanggal 12 November 2016 - 18 Desember 2016 di bagian *Public
Relations Divisi Marketing Communications*.

Hormat Kami



Anggoro Prila Nugraha
Public Relations Hartono Mall Yogyakarta

**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 : Suci Maria
NIM : 130405085

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di
pada tanggal 12 November 2016 sampai dengan 18 Desember 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) | 90 |
| 2. | KREATIVITAS (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL) | 85 |
| 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 intitusi. | 95 |
| 4. | KEHADIRAN (Penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut) : Sakit :2..... hari Ijin :1..... hari Alpa :-..... hari Total Hadir : ...34... hari | 90 |

KESAN UMUM :

Mahasiswa cukup kooperatif
Mahasiswa aktif dalam sosial baik dalam office maupun luar office
Masih perlu penerapan dalam konsep Public Relation.

Yogyakarta, 18 Desember 2016

Pembimbing di Lokasi KKL



 (..... H. S. GA.....)

**HARTONO MALL
YOGYAKARTA**

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

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


HARTONO Mall
YOGYAKARTA
Your Shopping World

INTERNSHIP CERTIFICATE

THIS CERTIFIES THAT

Suci Maria

HAD BEEN COMPLETED ON HARTONO MALL YOGYAKARTA INTERNSHIP
PROGRAMME AS A PART OF PUBLIC RELATION & MARCOMM DIVISION
FROM NOVEMBER 12ND - DECEMBER 18TH 2016.


Aldy Kristianto
HARTONO MALL
HRD
YOGYAKARTA

Kegiatan CSR Menanam Pohon di Kawasan Wisata Merapi



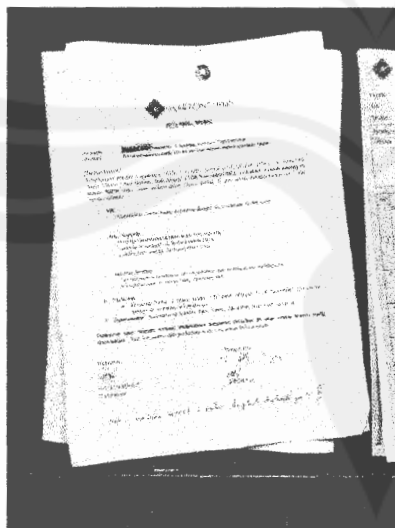
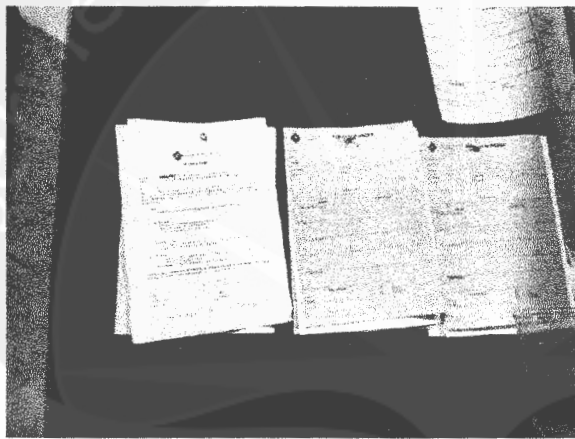
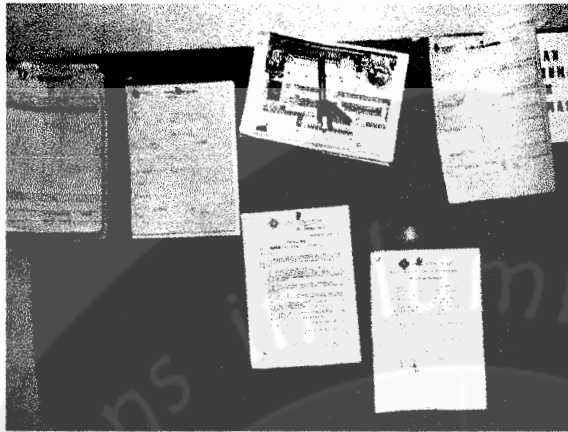
Boa Bersama Dan Pemotongan Nasi Tumpeng, Setahun Beroperasinya Hartono Mall Yogyakarta



Press conference dan Meet & Great Film Cinta Laki-Laki Biasa



Media Internal Hartono Mall Yogyakarta



Senin, 21 November 2016

Press Release CSR Hartono Mall Yogyakarta Penanaman Pohon di Taman Nasional Gunung Merapi

Pada hari Senin tanggal 21 November 2016 merupakan hari ke 2 dari rangkaian Program CSR Hartono Mall Yogyakarta dalam rangkaian 1 tahun Hartono Mall Yogyakarta dan memperingati Hari Pohon Sedunia, bekerjasama dengan Earth Hour Jogja menggelar aksi taman pohon di kawasan Taman Nasional Gunung Merapi Cangkringan Yogyakarta.

Kegiatan ini bertujuan untuk memulihkan kawasan TNGM yang mengalami kerusakan akibat erupsi Gunung Merapi Tahun 2010 karena menurut catatan Balai Taman Nasional Gunung Merapi pada saat itu diperkirakan mengakibatkan kerusakan total pada kawasan TNGM seluas kurang lebih 3000 hektar akibat awan panas dan seluruh kawasan TNGM tertutup abu vulkanik, tentunya kerusakan kawasan ini disertai kepunahan ekosistem yang ada di dalamnya terutama ekosistem pada kawasan yang terkena awan panas. Kawasan TNGM di Resort Cangkringan Kabupaten Sleman, Resort Kemalang Kabupaten Klaten dan Resort Dukun – Srumbung di Kabupaten Magelang mengalami kerusakan yang sangat parah, namun kawasan di wilayah Resort Pakem-Turi Kabupaten Sleman, Resort Musuk-Cepogo dan Resort Selo Kabupaten Boyolali kawasannya masih relatif utuh.

Penanaman dilaksanakan di kawasan TNGM wilayah Blok Umbul Cemara. Bapak Robby Gunawan Dharsono selaku Deputy GM dari Hartono Mall Yogyakarta membuka acara dilanjutkan dengan penyerahan bibit ke Balai TNGM yang diwakili oleh Bapak Suharyana selaku Kepala Resort Cangkringan dan kemudian disusul penanaman 200 bibit pohon oleh

segenap karyawan Management Hartono Mall Yogyakarta dan rekan – rekan dari Earth Hour Jogja.

Untuk tanamannya sendiri yang dipilih adalah pohon salam dan pohon puspa, selain daunnya bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar buahnya juga bisa menjadi makanan bagi hewan – hewan yang ada di kawasan tersebut.

Dari Manajemen Hartono Mall Yogyakarta berharap dengan adanya kegiatan ini bisa membantu mengembalikan ekosistem yang ada di kawasan tersebut dan mengembalikan sumber – sumber air yang mulai hilang akibat dari erupsi Gunung Merapi.

Anggara Prila Nugraha

Public Relation & Promotion

Hartono Mall Yogyakarta



Jl. PINGGIRAN UTARA, SANGGARAN, KULIHRELA, GONDONG-CATUR, DISTRIK SABAN - YOGYAKARTA

Ph: 0274 2521 881 / 2023 888 | WWW.HARTONOMALL.COM

hartono mall jogja @hartonomalljogja @hartonojogja hartonomalljogja

Minggu, 20 November 2016

Press Release CSR Hartono Mall Yogyakarta Aksi Sosial ke Panti Wredha

Hartono Mall Yogyakarta yang diwakili oleh Tabita Undiana selaku divisi Promotion bersama sejumlah karyawan manajemen mengunjungi beberapa Panti Wredha yang ada di Yogyakarta dan Magelang dan menyerahkan bantuan.

"Kunjungan kami ke panti wredha ini sebagai bentuk kepedulian kami akan mereka semua para orang tua dan sekaligus memberikan bantuan," ujar Tabita.

Beliau mengatakan, program CSR itu memang sudah diagendakan secara rutin beberapa kali setiap tahun dan kebetulan bertepatan dengan 1 tahun beroperasionalnya Hartono Mall Yogyakarta. Kunjungan dilakukan di Panti Wredha Pelkrim Magelang, Panti Wredha Abiyasa Pakem- Sleman, Panti Wredha Budhi Dharma Ponggalan – Umbulharjo, Panti Wredha Hana Mergangsan, dan Panti Wredha Prandan Padudan Klitren.

Tabita menambahkan bahwa sejumlah kegiatan sosial yang diselenggarakan oleh Hartono Mall Yogya pada momen ini selain mengunjungi dan berbagi dengan panti wredha, Hartono Mall Yogya juga turut melakukan aksi penanaman pohon di kawasan konservasi Taman Nasional Gunung Merapi yang ada di Kalikuning, Cangkringan.

Pada kesempatan itu pula, Tabita dan tim lebih banyak bercengkrama dengan para penghuni panti dan berbincang-bincang mengenai anggota keluarga dari para lansia tersebut. Saat berbincang, para penghuni juga mengaku sedih karena ada sebagian yang sudah tidak dikunjungi lagi oleh sanak keluarganya.

Selain itu, ia juga sempat memberikan bantuan berupa sumbangan serta beberapa kebutuhan lainnya seperti pakaian, oat meals, biscuit, susu untuk lansia, dll.

"Sebagai anak, seharusnya kita sadar bahwa tanpa mereka tidak mungkin kita lahir di dunia ini. Kita hadir di sana, mereka juga senang karena mereka jarang dikunjungi," sebutnya.

Usai berbincang dengan para penghuni panti, rombongan kemudian kembali melanjutkan perjalanan menuju panti yang berikutnya.

Anggara Prila Nugraha

Public Relation & Promotion

Hartono Mall Yogyakarta



J. KHUSNAD UTAMA, SANGGARAHIL KALIMATI, CONDONG-CATU, DEPUS, SLEMAN - YOGYAKARTA
Pw: 0274 2921 888 / 2921 889 | WWW.HARTONOMALL.COM

● hartono mall jogja ● @hartonomalljogja ● @hartonojkt ● @hartonomalljogja

LEMBAR KERJA HARIAN

SUCI MARIA

| | HARI/TGL | TUGAS |
|-----------------|-------------------------|---|
| Minggu I | 12 November 2016 | 1. Share tentang gambaran kerja PR di Hartono Mall jogja oleh PR Hartono Mall Jogja. |
| | S/d 19 November 2016 | 2. Mendengarkan penjelasan PR Hartono Mall Jogja mengenai program selama satu bulan kedepan. 3. Mencari kepingan berita mengenai Hartono Mall Jogja di Koran lokal. 4. Bertemu dengan komunitas Earth Jogja untuk kerja sama program CSR menanam pohon. 5. Membuat persiapan <i>Press Release</i> untuk kegiatan CSR menanam pohon dalam rangka memperingati satu tahun berjalannya operasional manajemen HMJ. 6. Membuat proposal kegiatan menanam pohon bersama PR Hartono Mall Jogja untuk Dinas Kehutanan. 7. Memesan konsumsi (makanan) untuk persiapan kegiatan CSR 8. Memperkirakan <i>budgeting</i> kegiatan CSR menanam pohon bersama PR Hartono Mall Jogja. 9. Bertemu pihak Indo Lux Hotel untuk membicarakan kerja sama iklan dalam majalah eksternal Hartono Mall Jogja 10. Bertemu dengan PR Jogja Bay bersama PR Hartono Mall Yogyakarta dan membicarakan kerja sama antara Jogja Bay dan Hartono Mall Yogyakarta. |

LEMBAR KERJA HARIAN

SUCI MARIA

| | HARI/TGL | TUGAS |
|-----------------|-------------------------|---|
| Minggu I | 12 November 2016 | 1. Share tentang gambaran kerja PR di Hartono Mall jogja oleh PR Hartono Mall Jogja. |
| | S/d 19 November 2016 | 2. Mendengarkan penjelasan PR Hartono Mall Jogja mengenai program selama satu bulan kedepan. 3. Mencari kepingan berita mengenai Hartono Mall Jogja di Koran lokal. 4. Bertemu dengan komunitas Earth Jogja untuk kerja sama program CSR menanam pohon. 5. Membuat persiapan <i>Press Release</i> untuk kegiatan CSR menanam pohon dalam rangka memperingati satu tahun berjalannya operasional manajemen HMJ. 6. Membuat proposal kegiatan menanam pohon bersama PR Hartono Mall Jogja untuk Dinas Kehutanan. 7. Memesan konsumsi (makanan) untuk persiapan kegiatan CSR 8. Memperkirakan <i>budgeting</i> kegiatan CSR menanam pohon bersama PR Hartono Mall Jogja. 9. Bertemu pihak Indo Lux Hotel untuk membicarakan kerja sama iklan dalam majalah eksternal Hartono Mall Jogja 10. Bertemu dengan PR Jogja Bay bersama PR Hartono Mall Yogyakarta dan membicarakan kerja sama antara Jogja Bay dan Hartono Mall Yogyakarta. |

| | |
|--|---|
| | <p>11. Bertemu Media Harian Jogja untuk membicarakan pemberitaan mengenai kegiatan, <i>event</i> dan program yang di laksanakan Hartono Jogja.</p> <p>12. Fotocopy berkas pengeluaran PR</p> <p>13. Print surat</p> <p>14. <i>Follow up</i> (menelpon, <i>chatting</i>) komunitas Earth Jogja untuk kerja sama CSR.</p> <p>15. Berkunjung dan membawakan hadiah serta ucapan selamat ulang tahun kepada Bernas Jogja bersama HRD dan PR Hartono Mall Jogja.</p> |
|--|---|

Mengetahui



Aldy Kristianto
HARTONO MALL
YOGYAKARTA

(HRD Hartono Mall Yogyakarta)

LEMBAR KERJA HARIAN

SUCI MARIA

| | HARI/TGL | TUGAS |
|----------------------|-------------------------|---|
| Minggu II | 21 November 2016 | 1. Mencari kepingan berita mengenai Hartono Mall Jogja di Koran lokal. |
| | S/d 28 November 2016 | 2. Menjadi salah satu perwakilan karyawan Hartono Mall Yogyakarta mengikuti kegiatan CSR menanam pohon di Kawasan Wisata Merapi dan kegiatan CSR mengunjungi Pant Jompo Wreda Yogyakarta. 3. Menjemput wartawan dari media yang ingin ikut kegiatan CSR menanam pohon di Kawasan Wisata Merapi dan kegiatan CSR mengunjungi Pant Jompo Wreda Yogyakarta. 4. Mendokumentasikan kegiatan CSR menanam pohon di Kawasan Wisata Merapi dan kegiatan CSR mengunjungi Pant Jompo Wreda Yogyakarta. 5. Mengirim Press Release ke media setelah selesai mengikuti kegiatan CSR menanam pohon di Kawasan Wisata Merapi dan kegiatan CSR mengunjungi Pant Jompo Wreda Yogyakarta. 6. Menempel Poster dan <i>Banner Meet & Greate</i> film Cinta Laki-Laki Biasa di seputaran gedung Hartono Mall Yogyakarta. 7. Membagikan <i>flyer event</i> dan <i>Meet & Great</i> film Cinta Laki-Laki Biasa ke mahasiswa (Kampus Atma Jaya, UGM, dan UPN). |

- | | | |
|--|--|--|
| | | <p>8. Fotocopy kwitansi pengeluaran PR Hartono Mall Yogyakarta.</p> <p>9. Membagikan pengumuman tertulis dari <i>Management</i> Hartono Mall Yogyakarta kepada seluruh <i>tenant</i>.</p> <p>10. Mendokumentasi acara syukuran pemotongan nasi tumpeng memperingati setahun beroperasinya Hartono Mall Yogyakarta.</p> |
|--|--|--|

Mengetahui



Aldy Kristianto
HARTONO MALL
YOGYAKARTA

(HRD Hartono Mall Yogyakarta)



LEMBAR KERJA HARIAN

SUCI MARIA

| | HARI/TGL | TUGAS |
|-----------------------|------------------------|--|
| Minggu III | 29 November 2016 | 1. Mencari kepingan berita mengenai Hartono Mall Jogja di Koran lokal. |
| | S/d 6 Desember 2016 | 2. Menemani PR mengunjungi <i>event</i> Lomba Masak 1.000 piring di Hartono Mall Yogyakarta. 3. Menemani PR mengunjungi <i>event</i> Lomba Makan Yami "Mie Jakarta" tercepat. 4. Membuat laporan pengunjung Hartono Mall Yogyakarta. 5. Mengevaluasi surat kerja sama yang masuk dari media seperti radio dan Jogja Bay. 6. Mengikuti kegiatan <i>Meet & Great</i> film Cinta Laki-Laki Biasa dan bertugas untuk menjadi penerima tamu dan dokumentasi. 7. Mengirim <i>Press Release</i> hasil <i>Meet & Great</i> film Cinta Laki-Laki Biasa kepada media. |

Mengetahui


Aldy Kristianto
HARTONO MALL
YOGYAKARTA

(HRD Hartono Mall Yogyakarta)

LEMBAR KERJA HARIAN

SUCI MARIA

| | HARI/TGL | TUGAS |
|----------------------|-------------------------|--|
| Minggu IV | 7 Desember 2016 | 1. Mencari kepingan berita mengenai Hartono Mall Jogja di Koran lokal. |
| | S/d 18 Desember 2016 | 2. Mengikuti pelatihan APPAR bersama dengan karyawan Hartono Mall Yogyakarta. 3. Menemani PR Hartono Mall Yogyakarta mengikuti acara Media Indonesia Talk Show: <i>Public Relations</i> dan Perubahan Etika Profesi <i>Public Relations</i> di Era Sosial Media bersama dengan seluruh PR se-Jawa Tengah. 4. Menemani PR mengunjungi <i>event</i> Lomba Makan Donat Tercepat di Hartono Mall Yogyakarta. 5. Menemani PR mengunjungi aksi donor darah di Hartono Mall Yogyakarta. 6. Melengkapi laporan pengunjung Hartono Mall Yogyakarta. 7. Fotocopy kwitansi pengeluaran PR Hartono Mall Yogyakarta 8. Membagikan pengumuman tertulis dari <i>management</i> Hartono Mall Yogyakarta kepada seluruh <i>tenant</i> . |