

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

1. Woman and Woman Spa Yogyakarta

A. Sejarah Woman and Woman Spa Yogyakarta

Woman and Woman Spa (WW Spa) didirikan di Yogyakarta di bawah naungan PT. Queens Spa pada tanggal 1 November 2009. WW Spa berlokasi di jalan Ring Road Utara nomor Sembilan Pugeran, Yogyakarta. PT. Queens Spa adalah perusahaan yang didirikan oleh Ibu Maryam Yildirim. Perusahaan dalam bentuk perseoran terbatas ini, rencananya akan mengembangkan usahanya di bidang lain yang masih berkaitan dengan dunia kecantikan, yaitu tempat pelatihan *therapist* (*therapist* adalah sebutan bagi karyawan perusahaan yang melakukan Spa kepada konsumen) berkualitas, ekspor impor kosmetik yang diproduksi sendiri, dan membuka jasa konsultan bagi pengusaha yang berniat membuka bisnis spa.

WW Spa didirikan untuk menyediakan perawatan relaksasi dan peremajaan terutama bagi perempuan yang mengakui bahwa mereka berhak mendapatkan waktu untuk memanjakan diri sendiri. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, setelah satu tahun berjalan Woman and Woman Spa pada tanggal 1 Mei 2010 memutuskan untuk mengganti sedikit konsep yang ada. Nama perusahaan yang

pada awalnya diperkenalkan sebagai Woman and Woman Spa beralih menjadi WW Spa saja tanpa mengubah kepanjangannya.

Perubahan penyebutan ini didasarkan pada konsepnya yang juga mengalami pergeseran. Bila pada awalnya WW Spa hanya melayani perawatan khusus perempuan, dan dikenal dengan Woman and Woman Spa, selanjutnya kini WW Spa melayani keluarga (suami, istri dan anak) sehingga namanya cukup disebut WW Spa saja karena bila masih disebut dengan Woman and Woman Spa akan mengingatkan pada konsep lama mereka yang “*woman only*”.

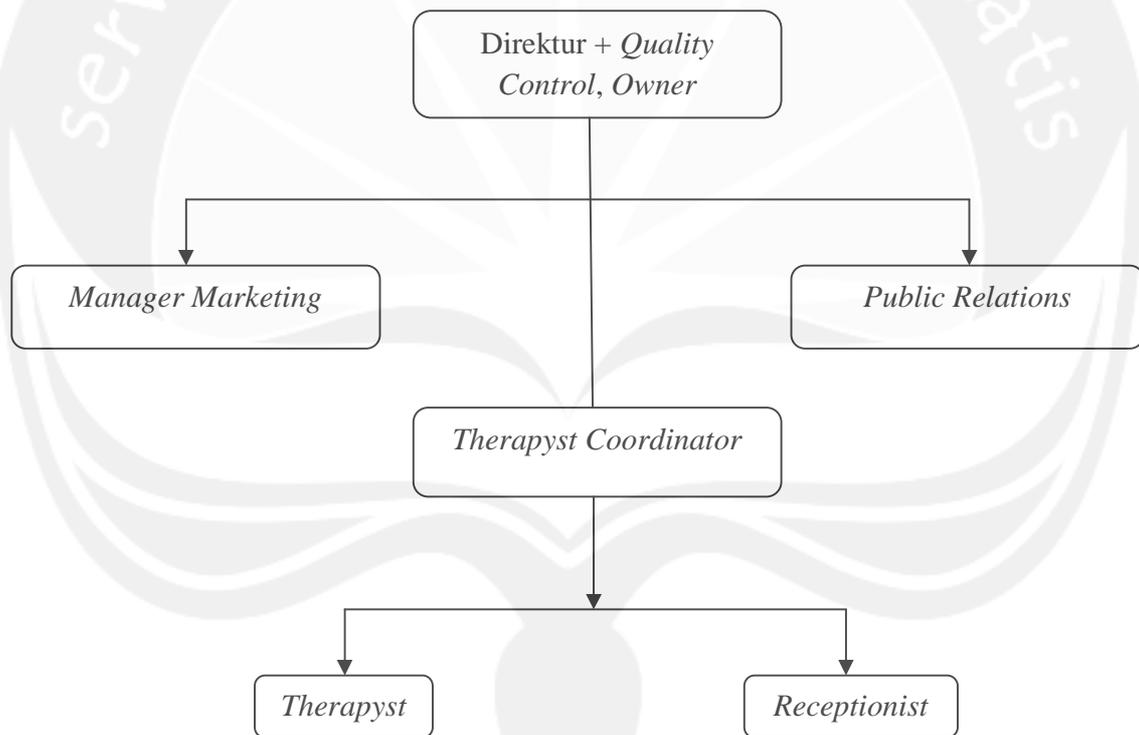
Perubahan konsep ini dilandasi atas semakin banyaknya customer yang member saran kepada WW Spa agar bisa turut mengajak pasangan atau suaminya maupun anak mereka untuk perawatan bersama daripada hanya sekedar mengantar atau menjemput saja. Hal ini lah yang mendorong WW Spa pada akhirnya setelah satu tahun berjalan dengan melayani *customer* wanita saja kini berjalan dengan menasar anggota keluarga.

B. Visi dan Misi Woman and Woman Spa

Menyediakan pelayanan spa yang di dalamnya terdapat manajemen, pelatihan, konsultasi dalam industri spa berdasarkan pendekatan bisnis pada segi kehidupan manusia. Kami dipercaya saat mempraktikkannya dengan perlindungan pada konsumen.

Mempersembahkan pengalaman pertama pada konsumen dalam suasana lingkungan yang nyaman, penuh relaksasi, mengizinkan mereka untuk merasakan suasana yang santai dan nikmat dengan mengombinasikan elemen lokal dan Jawa yang kaya akan tradisi dengan perawatan terbaik dan pelayanan diberikan oleh terapis profesional.

C. Posisi *Public Relations* dalam Struktur Organisasi



Bagan 2.1

Struktur Perusahaan Woman and Woman Spa Yogyakarta

Sumber : Data Sekunder (Dokumen Perusahaan)

Woman and Woman Spa dipimpin oleh seorang Direktur yang sekaligus adalah sebagai pemilik perusahaan bernama Ibu Maryam Yildirim. Selain sebagai direktur, beliau yang akrab dipanggil dengan sebutan Ibu Mary juga bertanggung jawab penuh pada *Quality Control* Woman and Woman Spa. Setiap harinya beliau selalu terjun mengawasi langsung segala persiapan menjelang dilakukan perawatan spa kepada pelanggan.

Posisi jabatan yang berada di bawah Direktur yaitu Ibu Anis selaku Marketing Manager di sini berfungsi untuk mengejar target bulanan yang ditetapkan oleh Direktur, selain itu Marketing Manager juga bertugas menyusun strategi dalam satu bulan guna mencapai target bulan tersebut. Kemudian ada *Public Relations* yaitu Ibu Tisa di mana bertugas untuk mengadakan kerjasama sekaligus *memaintance* hubungan yang terjalin antara Woman and Woman Spa dengan media cetak maupun elektronik, selain media juga pihak *client* yang terlibat kerjasama seperti bank, *cafe* dan lain-lain.

Selain itu *Public Relations* juga bertugas mencari pihak yang bersedia untuk terlibat dalam kerjasama dengan Woman and Woman Spa. Struktur keempat ditempati oleh Ibu Kiky sebagai Koordinator *therapist*. Bila dilihat dari bagan di atas, posisi beliau berada di bawah *Public Relations* dan *Manager Marketing*, fungsi dan tugas dari koordinator *therapist* yakni bertanggung jawab atas segala pelaksanaan spa atas pelanggan yang dilakukan oleh para *therapist* binaannya.

D. *Job Description Public Relations Woman and Woman Spa*

1. *Menghandle* jaringan komunikasi melalui situs jejaring sosial

Menjadi admin bagi setiap situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter dan jaringan komunikasi yang dimiliki oleh Woman and Woman Spa seperti Email, Website, Yahoo Messenger, Blackberry. Maka *Public Relations* akan selalu *update* segala informasi melalui media tersebut.

2. Membuat perjanjian kerjasama

Public Relations bertanggungjawab untuk mengatur kerjasama dengan pihak lain seperti perusahaan, media, ataupun perorangan baik masuk maupun keluar. Kerjasama yang dimaksud misalnya seperti *sponsorship* acara, membuat MOU, sebagai pintu masuk utama setiap ada proposal masuk ke perusahaan.

3. Membuat *press release*

Mengkomunikasikan informasi ke publik dengan menggunakan *release* yang kemudian akan disebarkan ke media-media seperti Tribun Jogja, Harian Jogja, Kedaulatan Rakyat dan lainnya.

4. *Menghandle* komplain dari pelanggan

Pelanggan yang banyak tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya komplain, maka seorang *Public Relations* harus mampu menghadapi komplain dari berbagai macam karakter pelanggan.

5. Membangun relasi dengan media

Media merupakan salah satu partner kerja yang sangat penting bagi *Public Relations*, oleh karena itu harus dibangun dan dijaga hubungan yang baik dengan media tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan mengajak teman-teman media untuk makan siang, mengundang teman-teman media ke setiap acara-acara di selenggarakan oleh perusahaan maupun media gathering.

6. Mengadakan event

Sebagai perusahaan spa yang fokus pada konsep spa *family and kids*, *Public Relations* mengadakan event yaitu *Beauty Maternity* dimana acara itu diadakan atas keperdulian terhadap ibu hamil agar selalu tampil *fresh* dan bugar saat hamil.

7. Kliping artikel Woman and Woman Spa

Mengumpulkan segala macam artikel yang berkaitan dengan Woman and Woman Spa. Setiap artikel yang dimuat kemudian di hitung harganya sesuai dengan harga masing-masing surat kabar, yaitu harga artikel sama dengan jumlah kolom dikali panjang artikel, berwarna atau hitam putih dikali harga surat kabar.

8. Fotografi

Public Relations bertanggungjawab untuk mendokumentasikan ketika ada event berlangsung dan juga merancang konsep foto untuk keperluan brosur perusahaan.

E. Fasilitas yang Disediakan

WW Spa sebagai tempat Spa berkualitas menyediakan fasilitas yang menunjang kenyamanan dan kepuasan pelanggan yang datang.

Berikut ini sarana yang disediakan, antara lain:

- a) Sepuluh ruangan Spa, meliputi:
 1. Ruang Tea Tree, ruangan ini disediakan untuk kapasitas satu orang dengan fasilitas *single massage*.
 2. Ruang Ginger, ruangan ini disediakan untuk kapasitas satu orang dengan fasilitas *single massage*.
 3. Ruang Cammomille, ruangan ini disediakan untuk kapasitas tiga orang dengan fasilitas *standing shower*.
 4. Ruang Rosemary, ruangan ini disediakan untuk kapasitas satu orang dengan fasilitas *bath up* (spa paket).
 5. Ruang Ylang-ylang, ruangan ini disediakan untuk kapasitas satu orang dengan fasilitas *bath up* (spa paket).

6. Ruang Cardamon, ruangan ini disediakan untuk kapasitas dua orang dengan fasilitas *bath up* (spa paket).
7. Ruang Vetivare, ruangan ini disediakan untuk kapasitas dua orang dengan fasilitas *bath up* (spa paket).
8. Ruang Juniper, ruangan ini disediakan untuk kapasitas satu orang dengan fasilitas *slimming machine*.
9. Ruang Coriender, ruangan ini disediakan untuk kapasitas satu orang dengan fasilitas *slimming machine*.
10. Ruang Champor, ruangan ini disediakan untuk kapasitas empat bayi dengan fasilitas *baby spa*.

b) Tujuh Kamar Mandi

Adanya kamar mandi difungsikan sebagai sarana bagi pelanggan yang berniat baik sebelum atau sesudah selesai melakukan spa bagi yang lebih nyaman untuk mandi terlebih dahulu. Ketujuh kamar mandi ini terletak di beberapa ruang spa dengan fasilitas yang berbeda, dua diantaranya dilengkapi dengan *bath up* dan lima yang lainnya dengan *standing shower*.

c) Ruang Tunggu

Ruang tunggu disediakan bagi pelanggan yang masih menunggu gilirannya untuk dilayani, juga diperuntukkan bagi pihak yang mengantar atau menjemput.

d) Cafe Woman and Woman Spa

Woman and Woman Spa juga menyediakan ruang sebagai cafe yang letaknya satu wilayah dengan ruang tunggu namun dengan lokasi yang berbeda. Cafe ini ditujukan bagi pelanggan yang ingin bersantai sejenak sembari memesan menu yang ditawarkan dan dimasak sendiri oleh Bu Mary secara spesial.

e) Mushola

Mushola disediakan bagi pelanggan maupun karyawan Woman and Woman Spa yang berniat menunaikan ibadah sholat nya tanpa harus kesulitan mencari tempat sembahyang.

f) Lahan Parkir

Mengingat lokasinya yang berada di jalan Ringroad sehingga sedikit kurang strategis karena adanya garis pembatas/portal, maka Woman and Woman Spa menyediakan lahan parkir yang luas bagi kendaraan roda dua dan empat yang dibawa pelanggan agar memudahkan mereka.

Berbagai fasilitas di atas memiliki kegunaan yang berbeda sesuai dengan sarana yang terdapat di dalamnya. Desain ruangan di dalamnya juga disesuaikan dengan fungsinya agar tercipta suasana yang mendukung relaksasi bagi pelanggan. Area relaksasi kecantikan, loker tamu dan ruang transit serta beragam fasilitas lainnya terus dikembangkan dan dimodernisasi. Modernisasi dilakukan guna

mendukung kebutuhan pelanggan agar terus merasa nyaman dan puas dengan *service* Woman and Woman Spa.

F. Sitem Pelayanan Woman and Woman Spa

Mengingat Woman and Woman Spa adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perawatan Spa yang membutuhkan waktu cukup lama dalam prosesnya, maka Woman and Woman Spa menerapkan sistem reservasi dahulu bagi pelanggan yang akan datang. Hal ini dilakukan guna menghindari pelanggan yang menunggu terlalu lama akibat belum selesainya pelanggan sebelumnya. Jadi proses pelayanan di Woman and Woman Spa adalah sebagai berikut:

1. Reservasi

Reservasi adalah memesan terlebih dahulu bahwa calon pelanggan akan melakukan perawatan Spa di WW Spa. Reservasi bisa dilayani melalui SMS, telepon, maupun situs jejaring sosial yakni Yahoo Messenger (YM), Facebook (FB) dan Twitter. Proses ini dilakukan guna menghemat waktu baik pelanggan maupun *therapist*. Dengan melakukan reservasi, *therapist* bisa mempersiapkan bahan dan ruangan yang akan dipakai oleh calon pelanggan. Bagi calon pelanggan, dengan memesan terlebih dahulu maka akan dapat membuatnya datang pada jam yang sudah disepakati sehingga tidak perlu menunggu antrian dan persiapan *therapistnya* karena *therapist* telah menyediakan bahan dan ruangan yang akan digunakan.

2. Daftar Ulang dengan *reception*

Daftar ulang dilakukan setelah calon pelanggan tiba di WW Spa. Mereka akan bertemu dan memastikan dirinya telah reservasi terlebih dahulu kepada *reception* yang menyambutnya di *lobby*.

3. Perkenalan antara *therapist* dengan pelanggan

Apabila *therapist* dan pelanggan sudah sama-sama siap, maka *reception* akan memperkenalkan kedua belah pihak agar dapat membuat keduanya merasa nyaman berhubung mereka akan bersama dalam satu ruangan dengan durasi waktu minimal selama satu jam sehingga setidaknya dengan mengenal nama dapat membuat satu sama lain lebih akrab dan mencairkan suasana selama melakukan perawatan Spa.

Tujuan lain dari perkenalan nama ini juga agar masing-masing dapat saling mengingat apabila nantinya si pelanggan berniat untuk melakukan perawatan Spa lagi di WW Spa. Ini adalah salah satu bentuk pelayanan lebih yang diberikan WW Spa dengan mengingat setiap nama pelanggannya karena mereka akan merasa dihargai pastinya.

4. Perawatan Spa

Ini adalah proses klimaksnya, yakni Spa yang diberikan kepada pelanggan. Rata-rata perawatan Spa di sini berdurasi minimal enam puluh menit dan yang paling lama adalah seratus lima puluh menit. Setelah selesai, mereka

bisa membersihkan diri dengan mandi atau hanya berganti kimono atau kemben Spa dengan pakainnya sendiri.

5. *Fresh Fruit*

WW Spa memberikan pelayanan lebih yang kedua dengan menyajikan buah segar agar tidak hanya tubuh dan pikirannya saja yang segar, tetapi juga menyehatkan tubuh dari dalam.

6. Pembayaran pada *reception*

Setelah selesai semuanya, maka pelanggan bisa melakukan pembayaran di bagian *reception* kembali. Bila berniat untuk datang di lain waktu, mereka juga dapat sekaligus melakukan reservasi secara langsung di saat melakukan pembayaran tersebut karena tidak adanya batas minimal untuk reservasi.

G. Jaringan Kerjasama

WW Spa sebagai perusahaan penyedia jasa Spa berkelas tidak hanya berusaha membangun citra dari optimalisasi pelayanan yang diberika, tetapi mereka juga berusaha membangun jaringan seluas-luasnya dengan pihak-pihak tertentu yang memiliki keterkaitan dengan bidang usaha kecantikan. Aspek bidang usaha tidak hanya satu-satunya pertimbangan WW Spa dalam menentukan untuk bekerjasama dengan sebuah perusahaan, akan tetapi juga memperhatikan pangsa pasar yang dimiliki perusahaan yang akan diajak kerjasama tersebut apakah

memang memiliki pangsa pasar yang luas dan level sasaran yang sama dengan WW Spa.

Kerjasama yang dibangun oleh Woman and Woman Spa dengan perusahaan-perusahaan lain dibagi dalam dua jenis sistem yang berbeda, yaitu :

a) Sistem Pemberian Diskon

Sistem kerjasama ini dilakukan dengan perjanjian antara Woman and Woman Spa dengan pihak terkait, misalnya Bank. Maka berdasarkan kesepakatan keduanya, WW Spa dapat memberikan diskon kepada pelanggan yang datang dan bertransaksi dengan kartu kredit bank yang bersangkutan.

b) Sistem *Sharing Comission*

Sistem ini dilakukan dengan memberikan komisi kepada individu perusahaan yang terlibat kerjasama dengan WW Spa dan telah mengarahkan calon pelanggan yang pada akhirnya melakukan perawatan di WW Spa. Komisi yang diberikan adalah sebesar 15% dari total *bill* yang dibayarkan ke WW Spa.

c) Sistem Barter

Sistem kerjasama ini mengandalkan hubungan baik yang dimiliki Marketing Manager dengan individu-individu yang bekerja di perusahaan yang berpotensi untuk diajak kerjasama. Misalnya surat kabar, mereka akan diberi kesempatan meliput perawatan di WW Spa maupun

mewawancarai Bu Mary sebagai bahan berita surat kabar mereka. Bila mereka mendapatkan bahan berita, maka keuntungan yang diperoleh oleh WW Spa adalah promosi tanpa mengeluarkan biaya, karena dengan dimuat di surat kabar maka pengenalan akan WW Spa bisa bertambah luas mengingat banyaknya masyarakat yang membaca isi surat kabar yang bersangkutan.

H. Logo Woman and Woman Spa Yogyakarta



I. Alamat Woman and Woman Spa Yogyakarta

Alamat : Jalan Ring Road Utara No.9 Maguwoharjo Depok Sleman Yogyakarta

Telp. : (0274) 433 3535 / 081328610535

Email : w_wspa@yahoo.com

Website : www.womanandwomanspa.com

2. Spa Putri Kedaton Yogyakarta

A. Tentang Spa Putri Kedaton Yogyakarta

Putri Kedaton, Griya Spa dan Herbal Lounge merupakan *Java Spa Factory* yang menggabungkan konsep tradisional (*nature*) yang dikemas dalam konsep modern. Putri Kedaton melandaskan konsepnya berdasarkan *Serat Rempah Jawi*, *Lontar Taliwang*, *Lontar Cukildaki*, dan *Serat Centhini* yang sebelumnya hanya digunakan oleh kalangan bangsawan dan putri keraton.

Secara umum, tradisi pemakaian rempah-rempah atau jamu sudah menjadi budaya bagi masyarakat Jawa. Hal ini ditandai dengan peranan jamu yang sangat beragam mulai dari proses kelahiran, masa remaja, dewasa, bahkan sampai masa lanjut usia. Mereka menggunakan rempah-rempah atau jamu dengan maksud untuk menjaga kesehatan, kekuatan, maupun kecantikan.

Sebagai unsur budaya, dapat dikatakan bahwa jamu telah berkembang sejak ratusan tahun yang lalu, seiring dengan berkembangnya peradaban masyarakat Jawa. Tradisi meracik jamu atau penggunaan bahan alam sudah membudaya pada periode kerajaan Hindu Jawa. Hal ini dapat dilihat pada prasasti “Madhapura” dari zaman Majapahit yang menyebut adanya ‘tukang meracik jamu’ yang disebut Acaraki. Tradisi meracik jamu/rempah-rempah dapat juga dilihat dari gambar-gambar relief di candi-candi seperti Candi Borobudur atau Candi Penataran yang berupa gambar-gambar pohon kamboja, maja, maja keling, buni dan orang meracik jamu.

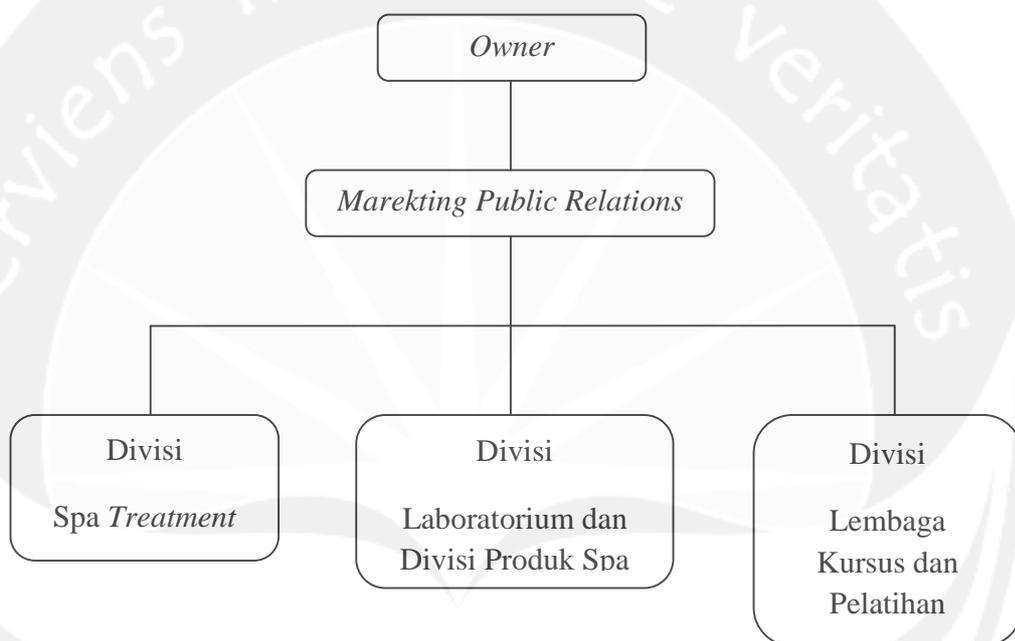
Diantara pohon-pohon itu, ada yang merupakan bahan obat, kosmetik atau bahan jamu yang sampai sekarang masih digunakan. Dalam Kerajaan Mataram Islam yang meliputi Keraton Solo dan Yogyakarta, perkembangan jamu untuk kecantikan semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari resep yang ditulis oleh Sri Sultan Hamengku Buwono yang ke dua atau disebut Sultan Sepuh, yaitu “Serat Primbon Jampi Jawi” dengan bahasa dan tulisan jawa. Penggunaan bahan alam untuk kecantikan tertuang pula dalam Serat Racikan Boreh Wulang Ndalem. Semua itu menunjukkan bahwa leluhur kita kaya akan hasil alam dan mempunyai pengetahuan tentang pengobatan atau maju dalam pengetahuan tentang kasiat tumbuhan yang ada di alam.

Saat ini Putri Kedaton telah memiliki produk dengan nuansa baru yang tidak hanya mengandalkan konsep *back to nature* karena semua produk Putri Kedaton diproses secara higienis dari rempah-rempah pilihan namun juga dibawah pengawasan tenaga farmasi (Apoteker) profesional, sehingga dihasilkan produk berkualitas tinggi dan terjamin keamanannya.

Produk Putri Kedaton sekarang tidak hanya merambah skala nasional, namun telah merambah dunia internasional dengan ekspor di pasar Asia, Australia dan Eropa dalam rangka mewujudkan “Putri Kedaton Go International 2010”. Putri Kedaton juga telah memperluas usaha dibidang spa interior, spa gift dan spa furniture maupun lembaga kursus dan pelatihan bagi Spa Therapist sehingga pada

tahun 2008 dipercaya oleh beberapa pihak untuk menangani beberapa rumah cantik spa.

B. Posisi *Public Relations* dalam Struktur Organisasi



Bagan 2.2

Struktur Perusahaan Spa Putri Kedaton Yogyakarta

Sumber : Data Sekunder (Dokumen Perusahaan)

Posisi *Public Relations* di Spa Putri Kedaton menjadi satu dengan Marketing. Divisi ini dipegang oleh satu orang staf yaitu Ingrid Veranty Latuconsia atau akrab dipanggil Inge Ve. Mba Inge menjabat sebagai *Public Relations* sejak awal berdiri yaitu di bulan Mei 2009. Bila dilihat secara beruntut,

Public Relations berada langsung di bawah *Owner*, kemudian di bawah *Public Relations* terdapat tiga divisi yaitu Divisi *Spa Treatment*, Divisi Laboratorium dan Divisi *Spa Produk* dan yang terakhir adalah Divisi Lembaga Kursus dan Pelatihan. Dari arus pelaporan tugasnya dapat dilihat bahwa *Public Relations* yang berada di bawah langsung *Owner*, hal ini menunjukkan

C. *Job Description Public Relations Spa Putri Kedaton Yogyakarta*

1) Kliping artikel

Kliping artikel yang dilakukan adalah mengumpulkan hasil monitoring di surat kabar, majalah, maupun artikel internet yang berupa *release*. Kliping yang dikumpulkan dibagi menjadi tiga yaitu artikel tentang *Spa Putri Kedaton*, artikel mengenai kompetitor dan artikel tentang tradisional spa maupun tentang kecantikan.

2) Membuat *press release*

Release yang dibuat biasanya memuat informasi mengenai informasi *Spa Putri Kedaton* maupun promosi spa. *Release* biasanya dikirim ke media local seperti *Kedaulatan Rakyat*, *Bernas*, *Radar Jogja*, *Tribun Jogja*. Sedangkan untuk media yang terbaru adalah *Mbakdiskon.com*, promosi akan di tampilkan dalam *deal* website *Mbakdiskon.com*.

3) Menjaga citra Spa Putri Kedaton

Perkembangan industri spa yang saat ini sangat pesat, sehingga terjadi kecenderungan penggunaan label dagang “Spa” oleh salon, panti pijat hingga pusat kebugaran (*fitness center*) yang pada akhirnya penggunaan label spa di banyak bidang tersebut dapat menimbulkan kerancuan di masyarakat. Selain itu juga mulai marak salon “plus-plus” yang juga memberikan label spa dan itu sungguh merugikan tempat spa lainnya karena akan mempengaruhi image positif masyarakat terhadap spa menjadi negatif.

Melihat fenomena tersebut, *Public Relations* harus memelihara citra positif perusahaan dengan senantiasa berperilaku baik karena kemanapun ia pergi akan membawa nama perusahaan. Hal ini juga dilakukan dengan membuat berita positif yang berkaitan dengan perusahaan dan selalu menanggapi komplain dari pelanggan, maupun masyarakat sekitar untuk mengantisipasi munculnya berita yang sifatnya negatif.

4) Membangun dan menjaga relasi yang baik dengan media

Banyak hal yang bisa dilakukan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan media. Bahkan Mba Inge selaku *Public Relations* di Spa Putri Kedaton pun mengaku sangat dekat dengan teman-teman media. Selain beberapa kali mengadakan pertemuan dengan teman media

hanya untuk sekedar *share* informasi terkin ini atau memberikan *voucher* khusus bagi teman media perempuan agar bisa perawatan di Spa Putri Kedaton dan yang terpenting adalah *keep in touch* dengan cara selalu menjaga komunikasi dengan media agar tidak terputus.

5) Mengatur kerjasama/MOU

Public Relations memiliki peran untuk mengurus segala macam bentuk kerjasama yang ada di Spa Putri Kedaton ini, biasanya bekerjasama dengan restoran, karaoke, radio dan juga *sponsorship*.

6) Membuat desain

Desain dirancang dan dibuat biasanya untuk menunjang promosi spa dalam bentuk *flyer*, *brochure* bahkan sampai dengan desain website.

7) Menghandle jaringan komunikasi melalui situs jejaring sosial

Media paling efektif saat ini adalah situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter. Sehingga dalam penyampaian informasi maupun promosi akan lebih cepat. Pelanggan pun bisa dengan mudah memberikan *feed back*. Di situs jejaring social Twitter, Spa Putri Kedaton sudah memiliki relasi baik dengan pemilik akun JogjaUpdate, sehingga ini memudahkan Spa Putri Kedaton untuk menyampaikan promosi maupun informasi terkin ini.

8) Berpartisipasi dalam penyelesaian masalah

Public Relations ikut menyelesaikan masalah ketika masalah yang sangat berpengaruh terhadap *income* perusahaan. Sebagai contoh ketika *income* Spa Putri Kedaton menurun sebanyak empat puluh persen di bulan April dikarenakan dua orang terapis nya *resign* dan belum ada penggantinya. Sehingga tindakan yang dilakukan adalah dengan membuat promo besar-besaran di bulan Mei untuk mengembalikan *income* agar normal kembali.

9) Dokumentasi

Public Relations di Spa Putri Kedaton juga mendokumentasikan setiap acara, produk dan hal-hal lain untuk memaksimalkan hasil yang di inginkan perusahaan.

D. Spa dan Treatment

1. Griya Kecantikan

Putri Kedaton Griya Kecantikan dan Spa merupakan Java Spa Factory yang menggabungkan konsep tradisional (*nature*) yang dikemas dalam konsep modern. Putri Kedaton melandaskan konsepnya berdasarkan *Serat Rempah Jawi, Lontar Taliwang, Lontar Cukidaki* dan *Serat Centhini* yang sebelumnya hanya digunakan oleh kalangan bangsawan dari putri keraton.

a. Perawatan Tubuh atau *Body Treatment*

DewiShinta Massage, DewiShinta Warm Ball Massage, DewiShinta Massage Batu Aura, Back Massage (Massage Punggung), Srikandi Lulur, Kinanthi Masker, V-Spa, Body Steam, Mandi Rendam, Paket Paramastri, Paket Dwi Kunthi, Paket Drupadi, Paket Asmararaga, Paket Putri Kedaton, Perawatan Payudara.

b. Perawatan Wajah atau Face Treatment

Totok Wajah dan Masker, Totok Wajah Batu Aura, Herbal Facial, Herbal Facial dan Aku Puntur, Putri Kedaton Facial (Facial, Aku Puntur, Totok Wajah, Batu Aura dan Herbal Compress).

c. Perawatan Tangan dan Kaki Hand dan Foot Treatment

Relaxing Hand Spa, Relaxing Foot Spa, Foot Reflexi, Waxing, Menicure, Pedicure, Cat Kuku.

E. Logo Spa Putri Kedaton

PUTRI KEDATON

Griya Cantik & Spa



F. Alamat Spa Putri Kedaton

Alamat : Jalan Nusa Indah No.33 Condongcatur Sleman Yogyakarta

Telp : (0274) 887 249 / 0821 3703 7033

Email : Putrikedaton_spa@yahoo.com

Website : www.putrikedaton.com

3. Raga Jive Home Spa Yogyakarta

A. Tentang Raga Jive Home Spa

Raga Jive yang berasal dari Sanskerta, Raga yang berarti badan sedangkan Jive merupakan irama yang dinamik. Sehingga diharapkan Raga Jive menjadi sahabat di tengah segala kesibukan dan aktivitas bagi mereka yang dinamis untuk selalu ingat bahwa badan juga memerlukan penyegaran.

Raga Jive home spa lahir dari temuan pribadi bahwa belum ada tempat spa yang mampu memberikan suasana tenang, kemudahan dalam mengakses dan memberikan kepuasan baik lahir maupun batin.

Founder Raga Jive Home Spa memiliki latar belakang pengetahuan mengenai konsep spa yang didapatkan dari literatur dan pergaulan sehari-hari. Umumnya wanita akan melakukan perawatan di spa ketika badan dan pikiran memerlukan penyegaran dan jenuh akan aktivitas sehari-hari. Namun hasil yang didapat jika melakukan perawatan spa di lokasi yang tidak tepat adalah tidak dapat beristirahat karena suasana bising, tidak nyaman karena harus melaksanakan perawatan

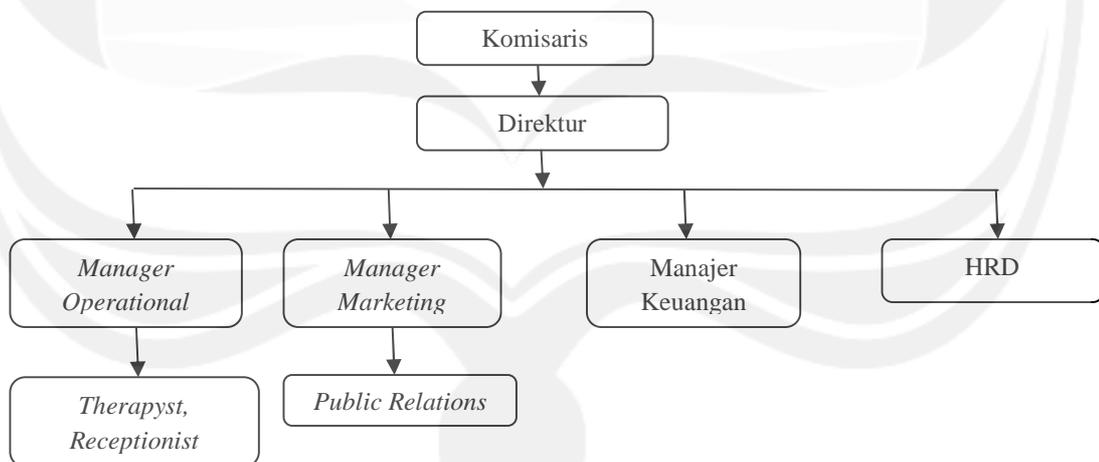
berdampingan dengan orang lain dan sesudahnya pusing sendiri karena biaya perawatan ternyata kelewat mahal.

Berangkat dari keinginan dan idealisme itu maka RAGA JIVE HOME SPA muncul dengan membawa konsep homy, private dengan harga terjangkau.

B. Visi dan Misi Raga Jive Home Spa

Raga Jive Home Spa memiliki visi yaitu menjadi spa terbaik yang mengutamakan konsumennya. Selain itu Raga Jive Home Spa memiliki misi untuk menjadi tempat spa yang nyaman, private dan terjangkau.

C. Posisi *Public Relations* dalam Struktur Organisasi



Bagan 2.3

Struktur Perusahaan Raga Jive Home Spa Yogyakarta

Sumber : Data Sekunder (Dokumen Perusahaan)

Raga Jive Home Spa memiliki struktur perusahaan yang cukup sistematis, terlihat dari susunannya mulai dari tertinggi ada posisi komisaris sebagai investor aktif, kemudian di bawah komisaris terdapat direktur yang juga *owner* dari Raga Jive Home Spa, di bawah *owner* terdapat empat divisi yaitu *Manager Operational* divisi ini membawahi terapis dan resepsionis, kemudian ada *Manager Marketing* yang membawahi *Public Relations*, Manajer Keuangan dan yang terakhir adalah HRD. Pertanggungjawaban empat divisi adalah langsung kepada *owner*, divisi *Public Relations* dapat berkoordinasi dengan *Manager Operational* dan *Marketing*.

D. *Job Description Public Relations* Raga Jive Home Spa

1) Media monitoring

Media monitoring adalah kegiatan dimana *Public Relations* memonitoring artikel-artikel mengenai Raga Jive Home Spa Yogyakarta dan juga kompetitor dengan cara melakukan kliping untuk media cetak atau *searching* melalui media online.

2) Bekerjasama dengan divisi Marketing

Kerjasama yang dijalin adalah pada saat mengorganisir setiap acara seperti gathering untuk media, perusahaan dan relasi lainnya. Selain itu juga ikut membantu dalam menyebarkan informasi tentang promo tiap bulannya.

3) Menjaga hubungan baik dengan media lokal

Hal ini dilakukan dengan cara mengadakan acara rutin untuk media seperti mengundang di setiap acara yang diadakan Raga Jive, makan bersama dan media gathering.

4) Bertanggungjawab atas komplain dari pelanggan

Komplain yang ada biasanya berasal dari dua sumber, yang pertama adalah dari pihak terapis atau resepsionis dan yang kedua adalah langsung dari pelanggan. Terkadang ada pelanggan yang dengan sengaja mencari kesalahan, semata-mata hanya untuk mencari gratisan perawatan, tetapi ada juga yang komplain karena ketidaknyamanan saat melakukan perawatan, hal ini semua adalah bagian dari tugas seorang *Public Relations* di Raga Jive Home Spa.

5) Mengurusi kontrak kerjasama

Raga Jive memiliki kerjasama dengan beberapa pihak, sehingga *Public Relations* membuat surat kontrak kerjasama, baik sponsorship maupun partnership dengan perusahaan lain, media maupun lembaga lainnya.

6) Bertanggungjawab atas saluran komunikasi

Public Relations juga harus mampu menguasai media online seperti situs jejaring sosial Facebook, Twitter, Path dan juga Email hingga Website, melalui media tersebut, perusahaan akan lebih dekat dengan pelanggannya.

C. Sistem Pelayanan Raga Jive Home Spa

Pelanggan bisa melakukan reservasi terlebih dahulu sebelum melakukan perawatan, hal ini dilakukan agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama. Reservasi bisa dilakukan satu hari sebelumnya melalui sms, telepon, Facebook, DM Twitter maupun BBM (Blackberry Messenger).

D. Logo Raga Jive Home Spa



E. Alamat Raga Jive Home Spa

Perum Candi Gebang Blok J no. 09, Wedomartani, Yogyakarta