

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kebutuhan akan terpenuhinya posisi PR dalam struktur organisasi, membuat adanya kualifikasi yang dipersyaratkan organisasi hotel bintang lima di Yogyakarta dalam proses perekrutan. Jadi kualifikasi PR perhotelan bintang lima di Yogyakarta disesuaikan dengan posisi PR dalam struktur organisasi. Hal yang dipersyaratkan berkaitan erat dengan kemampuan yang diperlukan untuk menjalankan *job descriptions* PR hotel. Dari serangkaian proses yang penulis lakukan maka penulis menemukan kualifikasi PR perhotelan bintang lima di Yogyakarta sebagai berikut:

1. Kemampuan komunikasi

Kemampuan yang diutamakan pada dasarnya kemampuan komunikasi baik itu berupa penguasaan bahasa asing, menulis, presentasi, *public speaking*, dan tutur kata. Hal yang menjadi khas kualifikasi PR hotel salah satunya dari hal presentasi *public speaking* yang akan dinilai dari penggunaan bahasa positif dan bahasa negatif. Kemudian dalam hal bertutur kata calon PR diharapkan mampu bertutur kata yang baik dan sopan sesuai dari konsep yang ingin ditunjukkan oleh hotel yaitu budaya Indonesia. Misalnya saja dari pengucapan *matur nuwun* atau *kulon nuwun* dengan sikap sedikit

menunduk dan menatap tamu sembari tersenyum. Hal itu ingin menunjukkan kebudayaan Indonesia yang ramah kepada tamu.

2. Kemampuan organisasi

Kemampuan organisasi, bagi pihak hotel calon PR seharusnya dapat memahami terlebih dulu tentang organisasi hotel yang ingin PR sasar. Hal ini berkaitan erat tentang pengetahuan PR hotel baik itu dari profil organisasi hotel, riwayat hotel, konsep hotel dan sebagainya. Sebab pihak hotel ingin menilai pemahaman PR sendiri tentang organisasi yang akan ia sasar ini.

3. Kemampuan menghadapi Publik

Kemampuan menghadapi publik, bagi pihak hotel sangatlah penting memiliki jaringan *networking* yang sudah banyak. *Networking* ini menjadi salah satu hal yang dinilai dari pihak hotel. Semakin banyak *networking* si calon PR maka akan semakin baik, terutama *networking* dengan media. Hal ini berkaitan erat dengan tugas PR dalam mendukung divisi sales & marketing melalui kegiatan promosi.

4. Integritas pribadi

Kualifikasi integritas pribadi, hal ini yang dinilai ialah komitmen. Komitmen untuk bisa memberikan yang terbaik bagi organisasi hotel dan mampu menjalankan tugasnya sesuai standar hotel.

5. Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja ini dinilai dari lamanya pengalaman si calon PR dalam dunia perhotelan. Untuk lebih spesifik calon PR yang ingin

menduduki posisi manager maka setidaknya memiliki pengalaman dua tahun sedangkan untuk *PR Officer* maka setidaknya memiliki pengalaman organisasi.

6. Latar belakang pendidikan

latar belakang pendidikan pihak hotel terbuka bagi segala jurusan, namun diutamakan yang memiliki dasar ilmu komunikasi. Kemudian kualifikasi penampilan, penampilan yang dimaksud dalam hal ini yang sesuai dengan konsep hotel. Jadi calon PR diharapkan dapat memberikan kesan penampilan yang sopan dan rapi sesuai dengan konsep hotel.

7. Penampilan

Kualifikasi penampilan, penampilan yang dimaksud dalam hal ini yang sesuai dengan konsep hotel yaitu budaya Indonesia. Jadi calon PR diharapkan dapat memberikan kesan penampilan yang sopan dan rapi sesuai dengan konsep hotel seperti mengenakan busana yang sopan, rapi dan menunjukkan budaya Indonesia dengan menggunakan batik.

8. Kemampuan teknis

Kemampuan teknis berupa keterampilan desain grafis. Calon PR setidaknya memahami desain grafis yang sesuai dengan konsep hotel dan akan sangat baik apabila ia dapat memiliki keterampilan dalam desain grafis. Desain grafis yang dimaksud mencakup *tone* warna, gambar, pemilihan huruf dan sebagainya. Hal ini berkaitan erat dengan

tugas PR dalam kegiatan promosi. Sebab PR yang akan bertanggungjawab dalam hal media promosi hotel yang sesuai misalnya *collateral*, brosur, spanduk dan sebagainya.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di dalam penelitian ini, penulis ingin menyampaikan suatu hal yang dituangkan dalam bentuk saran, yaitu kualifikasi profesi PR perhotelan pada dasarnya lebih banyak bersifat teknis. Akan lebih baik apabila kualifikasi PR perhotelan ini dinilai pula dari sisi kemampuan kritis dan strategis dari PR. Sebab, PR memiliki kemampuan dalam hal relasi dan komunikasi dengan publik sehingga apabila terjadi permasalahan dengan publik maka PR dapat memberi masukan bahkan penyelesaian yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Alwi, Hasan. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Arief, Rachman. 2005. *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Cutlip, Scoot.M., Center, A.H. & Broom, Glen M. 2006. *Effective Public Relations ed*. New Jersey : Prentice Hall.
- _____. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Dessler, Gary. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia Jilid I*. Jakarta : PT.Prenhallindo
- Gregory, Anne. 2004. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Griffin, Emory A. 2003. *A First Look AT Communications Theory*. Singapore: MC. Graw-Hill.
- Grunig, James E. & Hunt, Todd T. 1984. *Managing Public Relations*. USA Harcourt Brace : Jovaninovich College Publisher.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta : Gaung Persada Press.
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations Edisi Keempat*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *PR writing*. Jakarta : Pernerda Media Grup.
- _____. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Grup.

Kudrle, Albert E. and Melvin Sandler. 1995. *PR for hospitality Managers : Communicating for Greater Profits*. Canada.

Moleong, Lexy. 1998. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Moore, H. Frazier. 2005. *HUMAS : Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya.

Natzir, Moh. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Nova, Firsan. 2011. *Crisis PR : Strategi PR menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta Utara : Rajawali Pers.

Rakhmat, Jalaludin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya.

_____. 1993. *Metodelogi Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya.

Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo.

_____. 2004. *Etika Kehumasan Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta : Raja Grafindo.

_____. 2004. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Jurnal :

Putra, Kadek Dwi Cahaya. 2009. 'PR: Roles, Entry Requirement and Professionalism' Jurnal Komunikasi, Vol.6, Juni, hal:55-56. Fisip UAJY.

Skripsi :

Dewi, Karina Sita. 2010. *Posisi PR Dalam Struktur Organisasi Hotel. (Perbandingan posisi PR dalam Struktur Organisasi di Hotel Bintang Lima Yogyakarta)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Puspitaningrum, Christin Natalia. 2003. *Profesionalisme Praktisi PR Hotel (analisis Deskriptif Kualitatif Mengenai Profesionalisme Praktisi PR Inna Garuda, Hotel Santika Jogja dan hotel Melia Purosani Yogyakarta)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Website:

Wenas, Magdalena. 2009. “*Encroachers VS Excellent Communicators*”
<http://www.prsociety.or.id/articles/encroachers-vs-excellentcommunicators>
, diakses tanggal 12 Februari 2012

<http://www.perhumas.or.id/> diakses tanggal 12 Februari 2012

http://www.praccreditation.org/becomeAPR/KSAs_Competencies.html, diakses
tanggal 10 Mei 2012



LAMPIRAN

Yogyakarta, 22 Juni 2012

Hal : Surat Keterangan

Dengan hormat,

Sehubungan dengan proses pengerjaan Tugas Akhir mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, maka pihak The Cangkringan Villas & Spa menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan dibawah ini :

Nama : Rory Lasweny

No. Mahasiswa: 080903585

Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik

Judul Skripsi : Identifikasi Kualifikasi Profesi Public Relations Perhotelan di Yogyakarta

Telah melakukan wawancara di The Cangkringan Villas & Spa pada tanggal 14 dan 22 Juni 2012.

Demikian surat ini kami buat untuk dipergunakan dengan semestinya.

Hormat kami,



The Cangkringan
JOGJA Villas & Spa

Nurul Huda

Human Research Department



Hyatt Regency Yogyakarta
Jalan Palagan Tentara Pelajar
Yogyakarta
Indonesia

Phone: +62 274 869 123
Fax: +62 274 869 588
E-mail: yogyakarta.regency@hyatt.com
www.yogyakarta.regency.hyatt.com

Yogyakarta, 11 Juni 2012

Hal : Surat Keterangan Wawancara

Dengan hormat,

"Salam Hangat dari Hyatt Regency Yogyakarta"

Sehubungan dengan proses pengerjaan Tugas Akhir mahasiswa Universitas Atmajaya Yogyakarta, maka dengan ini pihak Hyatt Regency Yogyakarta menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan dibawah ini:

Nama : Rory Lasweny

No. Mahasiswa : 080903585

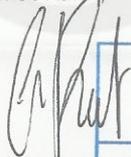
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik

Judul Tugas Akhir : Identifikasi Kualifikasi Profesi Public Relation Perhotelan di Yogyakarta

Telah melangsungkan wawancara dengan Ibu Ayu Cornellia selaku Marketing Communications Manager di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta pada tanggal 28 & 31 Mei 2012.

Demikian pemikiran surat ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami,



Ayu Cornellia
Marketing Communication Manager



ROYAL AMBARRUKMO
YOGYAKARTA



Ramadhan Package

Stay with us this Ramadhan and enjoy special offer Rp 840.000 nett per room for Garden View Room and even greater savings for second night stay at only Rp 740.000 nett. The rate is inclusive of breakfast or sahur for two persons. Valid from July 20 to August 18, 2012. Hyatt. You're More Than Welcome



+62 274 869 123
yogyakarta.regency.hyatt.com

Other terms and conditions apply. HYATT name, design and related marks are trademarks of Hyatt Hotels Corporation, © 2012 Hyatt Hotels Corporation. All rights reserved.



Romantic Dinner at Candi Bentar

Feel the romance with your Loved one and make the most unforgettable evening of a lifetime. Indulge yourself for a remarkable candle light dinner set in a truly elegance 'Candi Bentar' surrounded by beautiful landscape and a pond full of lotus. Hyatt. You're More Than Welcome.



+62 274 869 123
yogyakarta.regency.hyatt.com

Other terms and conditions apply. HYATT name, design and related marks are trademarks of Hyatt Hotels Corporation, ©2012. Hyatt Hotels Corporation. All rights reserved



Ta'jil

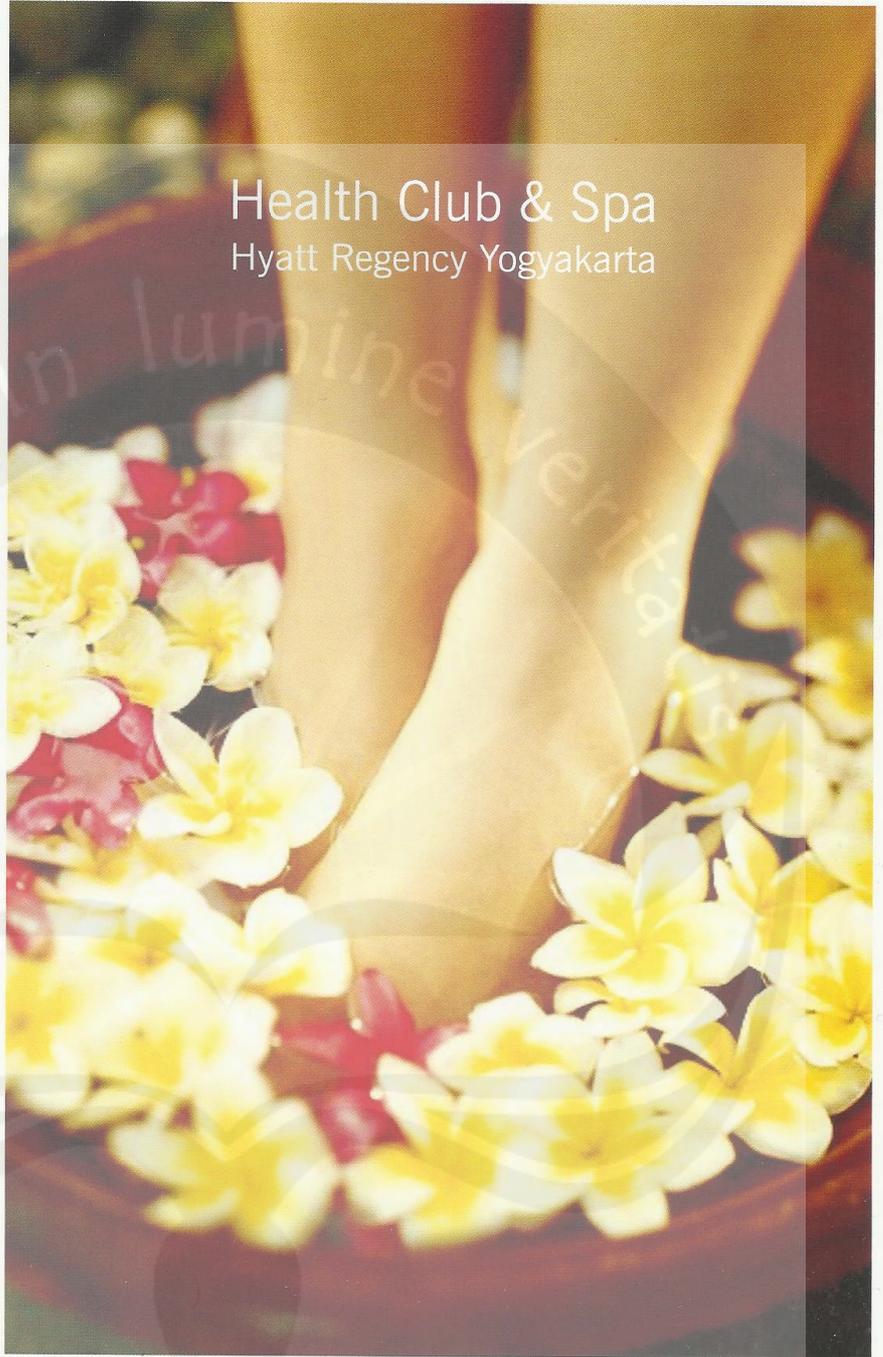
Celebrating the spirit of Ramadhan, a special array of variety Indonesian sweets on breaking your fast are available everyday from 5pm to 7pm. Hyatt. You're More Than Welcome.



+62 274 869 123
yogyakarta.regency.hyatt.com

Other terms and conditions apply. HYATT name, design and related marks are trademarks of Hyatt Hotels Corporation, © 2012 Hyatt Hotels Corporation. All rights reserved.

Health Club & Spa
Hyatt Regency Yogyakarta



HYATT REGENCY CAREERS

Grand Hyatt Hotel is one of luxurious hotel with complete facilities and professional services. If you have the caliber and the ambition for a successful career with Hyatt, join and be a part with our great vacancy

Hyatt Regency Yogyakarta

Position :

Director of Rooms

Public Relations Manager

Assistant Manager – Front Office

Assistant Manager Human Resources

Criteria :

You should have relevant educational background with at least 2 years of working exp in the similar position in a five star deluxe hotel and should be proficient in written and spoken English.

Interest person able to apply this job vacancy as soon as possible including with application, update resume, and recent photo to :

HR Hyatt Regency Yogyakarta

Jalan Palagan Tentara Pelajar,
Yogyakarta, Indonesia 55581

Tel: +62 274 86 9123 Fax: +62 274 86 9588

Email: yogyakarta.regency@hyatt.com

TRANSKRIP WAWANCARA HYATT REGENCY YOGYAKARTA

Wawancara dengan HR Manager, Pak Erwin Rachmat.

1. Bagaimana struktur organisasi di hotel ini?

Kalo kita berbicara struktur organisasi, PR itu dibawah Sales & Marketing, Sales & marketing ini terbagi dua yaitu sales dan marketing. Kalau sales itu menjual, udah jelas yah sales pasti menjual. Kemudian marketing itu bertugas untuk mempromosikan Hyatt atau mengkampanyekan. Jadi kalo sales itu, mencari uang. Kalau marketing itu “condong menghabiskan uang” melakukan promosi-promosi. Nah, PR berada di dalam divisi marketing tersebut. Kalau di Hyatt kita sebut *marketing communication*, ada beberapa sih yang masih menggunakan istilah *Public relations* ada juga yang *marcomm*.

2. Mengapa PR ditempatkan pada posisi tersebut dalam struktur organisasi?

Itu karena salah satu dasar pemikiran yah bahwa *marketing is communication* dan *communication is marketing*. Jadi dua sisi ini adalah dua sisi yang gak bisa dipisahkan, jadi PR apa yah yang ada dibenak masyarakat umum memberikan informasi yang luas tentang brand kita tapi kalo marketing lebih seperti mengkampanyekan atau mengkomunikasikan “ program-program marketing kita” karena itu mereka berada dalam satu tubuh *sales&marketing*. Jadi saling mendukung satu sama lain.

3. Bagaimana *job description* dalam departemen PR di hotel ini?

Job descriptions yang pertama ialah memberikan image yang baik tentang hotel dan brand Hyatt, yang kedua yang tidak kalah penting menunjang program si sales tadi. Karena penjualan, tanpa sisi marketing atau komunikasi gak bakal berjalan juga. Itu yang jelas inti dari *job description PR*.

4. Bapak tau seperti apa kegiatan eksternal & internal yang dijalankan PR?

Kalau kita pasti kita komunikasikan program internal & eksternal di dalam hyatt sendiri kita punya beberapa cara untuk mengkomunikasikan itu. Contohnya kita ada, namanya adalah *monthly meeting*, kalau spesifiknya kita sebut departemen *has meeting*. Jadi itu kita lakukan satu bulan sekali di akhir bulan, hari senin di minggu terakhir setiap bulan. Kita melakukan

presentasi dari masing-masing departemen yaitu mempresentasikan kegiatan yang telah kita lakukan satu bulan kebelakang dan apa yang akan kita lakukan dalam satu bulan ke depan.

5. Jadi kalau posisi PR berada pada posisi tersebut lebih banyak mengurus hal eksternal daripada internal?

Kalau berbicara soal itu, dalam hal ini marcomm lebih banyak berhubungan dengan media, lebih banyak berurusan dengan apa yah kalau bahasa politik jaman sekarang seperti pencitraan. Dalam hal hubungan dengan pelanggan misalnya. Kalau di Hyatt dibandingkan dengan hotel-hotel yang lain. Kita bisa masuk ke operation, ke restoran misalnya, dilobi atau restoran untuk membicarakan layanan kami. Jadi hal yang sama pun dilakukan oleh PR. Lalu untuk karyawan dan untuk masyarakat sekitar, lalu juga segala sesuatu yang berhubungan dengan hubungan pemerintah itu yang menangani HRD dan PR. Sebetulnya sama-sama fungsinya, sama-sama relasi tapi dalam penjabarannya atau pelaksanaannya ada hal yang saling berbeda.

6. Dalam menentukan kualifikasi PR di hotel ini apakah sudah ada standar resmi dari organisasi hotel atau berdasarkan pertimbangan atasan atau yang berwenang ?

Kalau di Hyatt kami semua bekerja menurut standar yang baku, yang kami sebut dengan Brand standar. Jadi masing-masing departemen sudah memiliki standar atau tugas yang terperinci. Jadi termasuk, ini saya jelaskan secara umum dulu ya, termasuk bagaimana karyawan kami berdiri di depan anak umur 5 tahun kita udah ada standar. Nah termasuk, juga dalam proses perekrutan kami sudah ada standar. Kalau di luar sudah ada test b.inggris tertentu, kami juga ada tes standar b.inggris yang berlaku untuk Hyatt, jadi minimum *standart of passing grade*. Jadi semua karyawan yang masuk minimal harus melalui standar seperti itu dulu.

Tentu masing-masing departemen memiliki perbedaan passing grade nya kan. termasuk juga kualifikasi PR, kan kualifikasinya sudah jelas dari Hyatt. Tentu pada saat penjabaran tentu ada hal-hal yang unik. Yang bisa kita lihat dari kandidat kan. Jadi ketika proses perekrutan itu berlangsung tentu

ada hal – hal menarik yang dapat menjadi kelebihan kandidat,itu juga dapat menjadi pendukung. Contohnya missal, kandidat A telah bekerja di 5 perusahaan dengan kualifikasi dan standart yang kurang lebih sama, ada kandidat B yang fresh graduate tapi selama kuliah ia banyak mengikuti program-program kegiatan mahasiswa,lalu kandidat C tidak sebanyak kandidat A pengalaman kerjanya, namun pernah tinggal di luarnegeri. Itu juga jadi nilai yang menarik, itu juga akan dikombinasikan dengan nilai-nilai yang lain.

7. Jadi ketika sudah diseleksi di HRD, apakah nanti setiap departemen akan memiliki kualifikasi masing-masing untuk bisa bergabung dalam departemnya?

Tidak. Jadi kualifikasi sudah baku yang ada di Hyatt. Jadi tahapannya, setiap calon karyawan/kandidat akan di saring melalui HRD, kami akan melakukan tes dasar secara umum. Seleksi secara umum/dasar apakah kadidat ini telah memenuhi standar yang kita perlukan. Jadi standar setiap divisi dalam hal ini sudah baku dari Hyatt internasional.jadi ketika sudah melalui seleksi standar oelh HRD,kemudian akan kami forward ke divisi yang bersangkutan.

8. Jadi ketika sudah terjaring dan forward ke divisi PR lalu proses hingga terpilihnya seperti apa pak?

Akan digodok lagi, jadi misalnya ada 10 kandidat HRD yang godok,dan mungkin kita menemukan ada 3 kemudian divisi yang akan melihat mana yang cocok. Kan ada banyak hal yang intangible, ada banyak hal-hal yang menjadi penilaian juga.Contoh apakah kandidat ini akan mampu berbaur dengan divisi yang ada. Itu kan yang tau hanya divisi yang bersangkutan, kalau HRD tahu tapi tidak detail mungkin. Di Hyatt standartnya karena kami American company,kami cukup jelas mana yang menjadi standard, mana yang tidak. Contoh misal kami jarang sekali mencantumkan usia, atau jenis kelamin atau etnis mana, tidak pernah. Karena tidak fair seperti itu.

9. Apa saja kualifikasi yang harus dipenuhi apabila ingin menempati posisi PR hotel?

Yang kami pelajari selama menjadi HRD, rata-rata kemampuan presentasi 80% itu bagus apalagi mahasiswi seperti kamu, pasti udah sering diajarin presentasi, harus bagaimana menampilkan diri selama wawancara dan sebagainya. Namun ada hal-hal yang spesifik yang kadang saya amat. Dan itu hal yang membantu applicant itu untuk lulus atau tidak yaitu penggunaan bahasa positif dan bahasa yang tidak positif.

10. Seberapa jauh keterlibatan HRD dalam menyeleksi calon karyawan yang ingin menempati posisi dalam organisasi?

Jadi mulai dari perekrutan, seleksi lalu kita juga ada proses orientasi atau global orientation karyawan yang masuk, ini akan kita jelaskan bagaimana harus bertindak, sampai nanti pengembangan karyawan kita juga yang monitoring disini yang kita lakukan. Dalam artian ada yang dimonitoring oleh departemennya sendiri, karena bagian dari program kita dr HRD. Jadi, juga ada program kita untuk memperbaiki motivasi kerja karyawan atau bahkan melenceng dari garis, sampai nanti karyawan tersebut tidak bekerja di Hyatt dan menjada hubungan baik yang ada. Jadi keterlibatan HRD ketika mereka bekerja disini sampai ketika mereka sudah tidak bekerja di Hyatt. Tapi Hyatt punya program yang sangat teratur untuk itu.

Wawancara dengan Ibu Cornellia Ayu selaku Marketing *Communications Manager*

1. Apa latar belakang pendidikan anda?

S1 Communication Management di Australia, kemudian S2 di Fisipol UGM waktu itu lebih ke manajemen SDM sebetulnya.

2. Apakah anda pernah/sering mengikuti seminar, workshop atau pertemuan sejenis dalam lingkup PR? Apakah kini anda terlibat dalam asosiasi PR?

Kalau seminar dan workshop saya sering mengikuti. Untuk asosiasi saya mengikuti Kapurel. Jadi kumpulan PR-PR di Jogja gitulah.

3. Ketika mengikuti asosiasi tersebut apakah ada manfaat bagi anda?

Sebetulnya manfaat yang langsung jarang yah. Tetapi paling tidak kita menambah relasi dengan sesama teman-teman perhotelan, sesama media. Karena disitu juga ada media, rumah sakit, restoran dan lain-lain. Jadi menambah relasi, yang pastinya secara tidak langsung mereka kan someday akan memerlukan informasi tentang perhotelan baik itu mengenai kamar hotel atau event dan apa saja tentang hotel. Karena tugas saya sebagai PR. Saya juga membantu dalam mendukung marketing, dalam hal penjualan, jadi lingkup saya tidak hanya sekedar dalam kegiatan PR tetapi juga mendukung divisi Marketing.

4. Bagaimana kedudukan PR dalam struktur organisasi, apakah PR memiliki departemen sendiri atau dibawah departemen lain? Kepada siapa PR melaporkan dan mempertanggungjawabkan pekerjaannya?

Kalau dalam Marcomm Manager saya dibawah director sales & marketing. Jadi *director sales & marketing* membawahi ass. Sales & marketing serta saya marcomm manager. Disini saya sendiri dalam menjalani tugas PR.

5. Bagaimana proses yang anda lalui sehingga anda dipercaya menjadi PR hotel ini?

Sebetulnya saya itu awalnya tidak kerja di hotel. Jadi kalo boleh cerita, saya awalnya kerja di UGM. Di Fakultas kedokteran sebagai Humas. Humas itu tidak beda jauh dengan PR yah, hanya saja PR lebih sering digunakan dalam organisasi profit sedangkan humas lebih kepada membantu operasional dalam

organisasi, seperti itu. Saya juga pernah menjadi humasnya W.H.O, waktu itu disebutnya community relations officer, something like that.

Tapi semuanya itu hampir sama yah, sama-sama dari organisasi non-profit. Dari UGM saya kerja ke WHO,, baru setelah itu saya ke cangkkringan villa. Disitu sebenarnya jabatan saya cukup tinggi, saya dulu itu deputy GM. Deputy GM itu saya membawahi HRD, PR dan SPA. Disitu saya belajar untuk mengetahui bagaimana bekerja di hotel itu, seperti apa? Setelah saya kerja di cangkkringan di 3bidang itu, kan tanggungjawabnya besar. Tapi tanggungjawab besar perusahaan kecil, kalo disini perusahaannya besar tanggungjawabnya juga besar, sama hahaha..Ya, Tuhan akhirnya yang membawa saya untuk melamar ke Hyatt. Itu saya melamar beneran, mbak. Melamar lewat Kompas waktu itu. Jadi besok kalau melamar kerjaan liat aja di Kompas.

6. Ibu bergabung di Hyatt sejak kapan ya bu?

Desember 2010 saya bergabung dengan Hyatt. Jadi kebetulan juga dulu awalnya saya sudah bertemu dengan Pak GM Nurcahyadi, beliau dulu pernah ke cangkkringan. Ya mungkin memang jodoh yah. Dan mungkin kualifikasi saya juga dibutuhkan oleh Hyatt sehingga saya dapat masuk kesini sebagai Marketing Communication. Ketika itu lowongan sih adanya untuk Public Relations Manager. Namun, ketika itu dari HRD kualifikasi saya cukup tinggi yah, sehingga tidak sesuai ketika hanya menyangang PRO. Karena ketika itu, PRO hanya diperuntukan untuk anak-anak lulusan s1 ya, sedangkan saya sudah s2. Dan saya bersyukur untuk itu.

7. Poin apa yang menurut anda, atau yang anda tahu sehingga manajemen memilih anda untuk menjadi PR hotel?

Untuk lebih lengkapnya mungkin mbak bisa tanyakan kepada HRD. Mengapa memilih saya. Tapi feeling saya sih, karena semua yang mau masuk sini levelnya yang mau masuk yaa harus diwawancara oleh GM. Jadi ketika masuk sini saya diwawancara Pak GM, dan ada chemistry aja gitu lo. Jadi ketika wawancara kerja, itu sudah ngomongnya enak. Udah kayak temen. Kebetulan

saya sendiri juga bersyukur menjadi orang yang ekstrovert. Orang ekstrovert itu, omong apa wae, diomongke ya..jadi cerita apa saja,semua diceritakan..

Kembali kepada pertanyaan yang tadi mengapa saya dipilih?ya saya bisa nggeladeni bapak, bahasa jawanya gitu. Saya bisa ngerti bapak. Karena disini kan puncaknya GM yah. Dan saya juga merasa bapak bisa ngerti saya. Jadi ada timbale balik atau mutual benefit satu sama lain. Dan perlu mbak ketahui, ketika dulu itu PRnya kosong 6 bulan. Jadi PR sebelumnya resign, saya tidak tahu kenapa. Itu karena itu PR kosong 6 bulan, itu dari juli sampai desember. Dan ketika itu saya masuk desember. Dan out prosesnya cepat sekali. Saya baca lowongan di kompas itu sabtu, saya kirim ke HRD itu senin. Selasa itu saya sudah dipanggil ketemu HRD untuk interview. Rabu saya ketemu GM, dan ketika itu saya bilang, bapak kalo Hyatt memang membutuhkan saya. Saya mohon untuk memberitahu 2minggu lebih awal, sebulan lebih baik. Karena posisi saya tinggi ketika itu di cangkringan sebagai deputi GM. Sehingga saya tidak bisa seenaknya meninggalkannya. Dan saat itu Pak GM langsung bilang, I can answer it now. You accept. Dan ketika itu saya ya ok. Kebetulan ketika itu Hyatt lagi butuh banget untuk natal, tahun baru kan saat itu saya masuk desember yah. Dan kebetulan saya bukan orang yang hanya mencari gaji semata ya mbak. Saya senang kerja

8. Secara jelas, bagaimana ringkasan tugas PR? Bagaimana dalam prakteknya?

Saya disini membuat kolatral yaitu media promonya Hyatt, brosur2.Kita ada contohnya..saya ambil sebentar. Jadi tugas internal saya seperti ini mbak membuat kolatral atau media promo ini seperti brosur. Jadi kalo mbak liat standart di Hyatt sama hotel bintang 5 yg lain itu beda kolatralnya. Bukan bermaksud sombong, nggak. Tapi Hyatt itu konsepnya Simpel, elegan dan eksklusif. Jadi kita tu gak mungkin make konsep brosur yang meriah yah, gede sih kadang bisa. Hurufnya kita Cuma satu news got. Dan warna juga gak bisa yang warna warni, untuk warna udah ada standart tone nya. Jadi saya sudah punya langganan, langganan Grafiko yang jalan kaliurang. Saya sampe harus sama ma situ, mas yang ngedesign harus itu. Karena dia sudah biasa megang hyatt gitu loh. Karena kalo saya harus ngajarin lagi, saya capek. Jadi kita

sudah punya standar, foto, framenya,. Untuk foto juga gak bisa sembarang foto, jadi harus dikirim ke Hyatt internasional, Hyatt Chicago udah masuk standar apa belum. Kalo udah boleh, baru boleh kita pasang disitu. Misalnya saya foto orang aja, kalau orangnya keliatan saya harus make form, yang menyatakan dia oke mau dipublish dan lain-lain. Jadi Hyatt punya standar yang orang bilang complicated. Tapi kalo saya bilang, karena dia punya banyak aturan gitu, justru itu yang menjadikan ia berkelas. Orang lain gak bisa meniru dan gak bisa seperti itu. Nah untuk pemilihan warna kita lebih banyak ke warna black mbak, misalnya gambar Borobudur itu, itu warna hitam. Untuk brosur yang ini ada part tone untuk birunya, untuk warna merah juga ada part tone. Itu internal yang kolatral. Kemudian eksternal nya saya lebih membantu bagian Director of sales & marketing. Jadi mereka punya kegiatan atau apa aja yang mau dipublish saya bantu melalui medianya. Misalnya mereka perlu promo school packet, besok kita ada school holiday packet untuk bulan juni yah. Saya buat iklan nya, fotonya, semua ada di Hyatt Brand manager. Yang bisa masuk ke Hyatt Brand manager hanya PR dan marketing dari Hyatt. Jadi kita ada log in dan passwordnya disitu. Jadi kalo dibagian depan juga ada food promotion, itu kita juga yang buat promonya. Kebetulan saya tidak memiliki staff disini, jadi saya hanya memiliki PR training. PR training ini akan berganti setiap 6 bulan. Jadi disini saya sebenarnya sendiri, jadi adanya PR trainee ini paling tidak terbantulah dengan adanya dia. Dari segi kliping, kliping itu kan hal yang gampang. Tapi cukup menyita waktu yah. Wasting time gitu, jadi kalau saya urus sendiri kadang kliping itu baru keurus seminggu. Saya baru bisa baca Koran itu jumat, which is not good yah. Saya seharusnya bisa lakukan itu everyday. Saya harus update berita yah, saya harus kirim rilis ke media. Dan Hyatt kan kelasnya bintang 5. Jadi saya ggak mungkin kirim ke Koran minggu pagi gitu yah, bukan kelasnya. Walaupun saya kenal dengan wartawannya, tapi ya Hyatt bukan pasarnya disitu. Itu internal, kebanyakan ke media.

Itu tadi kalau mbak masuk, kan ada turnamen Golf gitu kan. Seharusnya sudah dilepas sama PR trainee nya. Nah itu, kita juga buat ada golf recreation. Kita

kerja sama dengan Jarum. Nanti ada star on stage, jadi Hyatt ada star on stage setahun 3 kali selalu ada star. Kalau kemarin kita ada Java Jive, kalau tau yah. Memang kita memilihnya yang seperti itu yah, Hyatt gak mungkin milih Cherybelle atau band indie2 gitu. Iya enak nya jadi PR gitu, ketemu banyak orang. Dan memang kalau menjadi PR kita harus supel, gak boleh merengut/cemberut gak boleh, kita harus yang friendly, dan mau menerima semua orang. Dan tau cara meladeni orang VIP dan tidak. Orang VIP itu gak sembarangan lo ya, artis juga gak mau sembarang omong.

Untuk yang eksternal tadi saya memang lebih fokus pada media yah. Walaupun tidak semua media yang bisa sesuai dengan Hyatt karena eksklusif itu. Tapi kalau Bernas, tribunJogja, KedaulatanRakyat, HarJo, radar jogja, itu is a must ya. Saya harus kenal bahkan sampai pemimpin redaksinya saya harus baik yah. Saya harus tetap menjalin hubungan baik dengan mereka dan saya harus tahu dan mengenal mereka. Gitulah saya harus bisa menjalin hubungan media. Kebetulan Pak GM disini juga expect saya untuk bisa menjangkau media nasional, jadi saya juga kenal sama Jakarta Post, dengan Kompas gitu. Jadi eksternal lebih begitu, ya kalau ada kegiatan bareng dengan media lain juga begitu.

9. Apakah saja tantangan & hambatan dalam menjalani pekerjaan selama ini? Bagaimana solusinya?

Saya orangnya optimis yah. Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan. Memang kultur perusahaan beda-beda yah. Saya disini juga begitu, antara lain misalnya saya harus approval yang harus melewati berbagai tahap, itu sebenarnya susah yah. Karena saya harus ngejar targetnya GM, kemudian di GM saya harus ke Hyatt Internasional, tapi ya itulah chalengingnya. Jadi saya harus menjadi orang yang berstandar internasional, saya harus punya disiplin dalam hal design, saya harus punya komitmen, seperti itu.

10. Bagaimana anda memandang profesi anda saat ini?

Kemaren kan mbak ketemu saya saat kapurel yah. Semua PR hotel kan berbeda, saya tidak mungkin seperti PR Accor. Ngomong harus ditata dan busana juga elegan, gak. Mereka lebih ke pop, atau santai lah gitu. Kalau

disini kalau saya tidak hamil, saya mengenakan baju batik dan celana panjang. Karena disini resort jadi disini saya mengenakan busana jawa. Temen2 dari hotel lain kebanyakan mengenakan Jas. Atau mungkin gak ada seragam. Ada beberapa PR hotel seperti itu. Jadi menurut saya itu PR itu adalah Putri Indonesianya Hyatt. Jadi hotelnya kayak apa, ya PRnya kayak gitu. Harusnya menyesuaikan. Dan kenapa saya bisa diterima disini, ya tentunya saya memiliki kepribadian sama yang diinginkan oleh Hyatt. Itu yang misalnya funky banget, saya tidak bisa. Aku ra iso kon aneh-aneh. Saya juga pernah menjadi penyiar televisi, MC dan itu selalu acaranya tua-tua (*oldest*) gitu. Itu juga sama seperti Hyatt, Hyatt gak bisa ke target yang terlalu anak muda, ya eksklusif. Saya yakin ketika mbak menyelami teman-teman PR akan seperti itu.

TRANSKRIP WAWANCARA ROYAL AMBARRUKMO YOGYAKARTA

Wawancara Ibu Mariani Herawati, HR Manager

11. Bagaimana struktur organisasi di hotel ini?

Menurut struktur organisasi PR ini masuk ke departemen sales & marketing. Memang dua bagian yah. Ada sales & marketing dimana didalamnya ada PR, sccopenya sendiri-sendiri hanya menjadi satu departemen. Orang-orangnya pun sendiri-sendiri jadi kami punya director of sales yang membawahi sales personil dan PR manager yang membawahi PRO yaitu ada bu malika dan pak firman sebagai desain grafis.

12. Mengapa PR ditempatkan pada posisi tersebut dalam struktur organisasi?

Mereka ini sifatnya coordinative sifatnya. Dimana kan mbak PR bersifat engineering untuk show ke masyarakat umum, kita campaign,itu kan semua yang dilakukan PR. Dan ini semua program yang kita laksanakan dilakukan campaign by PR. Kemudian teman-teman sales akan membantu meyesuaikan target dari program yang kita kerjakan. Misalnya kita ada launching, menu terbaru di restaurant, itu akan menjadi kordinasi satu sama lain. Memang semua orang di hotel wajib menjadi sales person. Tapi yang menceritakan atau menjadi corong ke masyarakat luar kan mau tidak mau PR.entah itu dengan brosur, press release, gathering seperti itu.

13. Bagaimana *job description* dalam departemen PR di hotel ini?

Bahwa dia menjadi perwakilan hotel untuk menceritakan atau menyebarluaskan hotel royal ambarukmo secara umum. Saya tidak terlalu mending langsung Tanya mbak malika.

14. Dalam menentukan kualifikasi PR di hotel ini apakah sudah ada standar resmi dari organisasi hotel atau berdasarkan pertimbangan atasan atau yang berwenang ?

PR kan mengerjakan target bersama kan, jadi GM yang menjadi bapak pertama yang menentukan seperti apa yang diinginkan. Kita perlu orang tau seperti apa brand hotel kita untuk ditunjukan kepada khalayak.

15. Apa saja kualifikasi yang harus dipenuhi apabila ingin menempati posisi PR hotel?

Misalnya nih PR manager, di royal ambarrukmo basicnya harus PR juga dengan yang sama, dengan kualifikasi di hotel yang sebelumnya yang kurang lebih sama atau hampir sama dengan royal ambarukmo. Pasti itu sudah ada dan apa yah sudah diputuskan sejak awal, kami di HRD tinggal melaksanakan saja. Contohnya nih PR manager harus ada minimal menduduki 2 tahun di hotel dengan kapasitas yang sama. Kemudian bertanggungjawab contohnya nih dalam media relations, bertanggungjawab untuk mewakili manajem dalam event2 diluar seperti itu. Dan pasti dengan jaringan yang sudah banyak, jadi kita kalau memilih PR manager pasti kita perlu link yang banyak, dia punya banyak link lah gitu.

Kalau untuk PR officer seperti apa bu? apakah ada perbedaan?

Oh, untuk PR officer kita lebih fleksibel yah terbuka untuk fresh graduate dari PR. Yang pasti dia harus ngerti dulu konteks PR seperti apa. Lebih menguntungkan lagi kalau pernah menjadi PRO di hotel, tentunya dengan kapasitas yang sama kurang lebih 1 tahun dan dengan penampilan yang menarik, berkepribadian yang menarik, lugas, seperti itu pasti.

Jadi poin yang penting tadi pendidikan PR, kita gak mungkin ngajarin dia PR. Having knowledge about PR is a must. Itu kita bisa kita buktikan dari education backgroundnya PR. Jadi kita gak menerima orang yang kita didik menjadi PR, gak sempet gak ada waktu buat itu. Dari awal dia harus ngerti secara pure seperti apa tugas PR. Itu kenapa ada bidang studi PR. iya karena erusahaan perusahaan gak sempat ngajarin yang kayak gitu. Kan sudah ngerti kerjanya seperti apa, jadi ntar penyesuaian dalam konsteks hotel seperti apa. Itu yang pasti kemampuan yang kita perlukan, public speakingnya yang ok. Karena dia yang akan berbicara didepan public. Kemudian penampilan yang menarik, orang2 yang kreatif, komunikatif, bukan orang2 unspoken, kalau gak dipancing gak ngomong gak mungkin milih orag seperti itu. Pasti orang-orang yang komunikatif yang up spoken kayak gitu dan kesemuanya itu harus dikemas dengan penampilan yang menarik.

16. Proses apa saja harus dilalui ketika calon karyawan ingin menempati posisi PR?

Proses seleksi yang pasti itu dulu, kita seleksi kemudian kita sesuaikan dengan brand mark(basic) yang kita miliki, katakanlah peringkat 4 paling tinggi kita panggil untuk interview . terutama samapai di HRD dulu nanti kita gali atau wawancara baik itu dari education background,experience, sesudah dari HRD kemudian ke General manager. Lalu nanti finally di GM, semuanya berakhir di GM.

17. Seberapa jauh keterlibatan HRD dalam menyeleksi calon karyawan yang ingin menempati posisi dalam organisasi?

Pasti dari hrd kita sudah punya catatan tersendiri, baru kita paparkan. Kita pasti sudah menggali banyak hal dari yang kita cari. Dan itu akan menjadi referensi untuk interview yang kedua dan selanjutnya. Pasti kita kasih pertimbangan. Karena kan kita gak bisa hire semua. Kita pilihnya satu-satu kan.

18. Apakah sudah ada sistematika poin-poin penilaian bu?

Kita ada system poin penilaiannya, berupa angka. Tapi pasti ada catatan-catatan tertentu ada note disitu bahwa hasil dari interview pertama gitu.

19. Sejauh ini apakah menurut anda, tugas yang dilaksanakan oleh PR sudah sejalan dengan harapan dari organisasi?

Oh ya sudah. Usahanya luar biasa. Kalau sekarang yah sudah sangat keliatan, kita kan di manage oleh santika. Memperkenalkan image ambarukmo yang baru kan, yang dulu sudah baik.skg kita jadikan lebih baik lagi dan itu sudah keliatan dan itu kita rasakan. Orang sudah tau royal ambarukmo sudah gak kayak dulu lagi. Royal ambarukmo si PR sudah bisa merepresentasikan royal ambarukmo yang baru.karena kita punya konsep yang sangat kuat, kita sangat Indonesia sekali.menampilkan budaya-budaya local itu sudah sangat keliatan seperti itu. Ini berupa booklet yah bu.andanya bisa ngecek sama orang awam.

Wawancara Ibu Malika Hesty, PR Officer

11. Apa latar belakang pendidikan anda?

Backgroundnya komunikasi. Saya ambil komunikasi yang memang lebih spesifik ke PRnya, yaitu komunikasi UPN.

12. Mbak masuk royal ambarukmo kapan?

Desember 2011, ini baru dibuka oktober 2011. Ini belum satu tahun.

13. Apakah anda pernah/sering mengikuti seminar, workshop atau pertemuan sejenis dalam lingkup PR? Apakah kini anda terlibat dalam asosiasi PR?

Seminar waktu kuliah jarang malahan, workshop ya paling sekali dua kali sewaktu kuliah, yang sekarang karena saya baru terjun di dunia perhotelan. Jadi waktunya khusus untuk perhotelan, ngegarap hotel aja gak cukup gitu. Jadi untuk mengikuti workshop sekali dua kali lah pernah.

14. Bagaimana kedudukan PR dalam struktur organisasi, apakah PR memiliki departemen sendiri atau dibawah departemen lain? Kepada siapa PR melaporkan dan mempertanggungjawabkan pekerjaannya?

Kalau PR dalam hal ini masih tergabung dalam director of sales and marketing, saya punya bos diatas director of sales & marketing. Nah kita masih tergabung dalam marketing saat ini. Tapi, jadi marketing itu dibagi menjadi dua yaitu sales & marketing. Nah sekarang mulai, bulan juni kemaren kita sudah punya departemen sendiri. Bisa dibilang departemen PR, jadi sudah ada atasan saya kalau dulu director sales & marketing , sekarang PR manager. Dari PR manager itu langsung direct ke GM. Jadi kita udah gak lewat director of sales & marketing.

15. Dalam pembagian kerjanya seperti apa tu mbak, dalam departemennya itu sendiri?

Departemen Tim PR itu ada 3, yaitu ada PR officer, PR manager kemudian ada design grafis.sebenarnya hotel besar bintang lima, PRnya harus banyak karena banyak sekali tugas yang harus dijalankan.Dibawah PR itu ada marcomm, nah itu lebih luas lagi. Sebenarnya untuk membentuk marcomm sih kita sudah bisa, tapi kita lebih ngomongnya PR team lah gitu. Itu membuat planning, bugeting, event yang akan kita lakukan ke depan itu PR manager, dia yang bakal ngereporting segala macem.Tapi kalau PR officer lebih ke ngurusin client, sponsorship, media relations dan event itu lebih

secara Tim lah bekerja. Designer ntar dia yang akan ngedesign design – design yang kita perlukan dan akan di approval oleh GM. Jadi misalnya ada event apa, nanti akan keluar design yang seperti apa. Jadi ujung-ujungnya semua pekerjaan yang kita lakukan akan di pertanggungjawabkan ke GM.

16. Bagaimana proses yang anda lalui sehingga anda dipercaya menjadi PR hotel ini?

Dipercaya menjadi PR disini mungkin seperti dreams come true yah. Jadi itu sebelum saya masuk kuliah, sebelum masuk komunikasi PR, jadi apa yah. Ah, kayaknya jadi PR hotel seru nih gitu. Karena aku bukan tipe orang yang tahan di depan laptop 24 jam gitu. Aku lebih seneng mobile, aku lebih seneng jalan-jalan gitu segala macam gitu, ketemu orang kenalan dengan orang gitu, lebih seneng pekerjaan yang seperti itu. Kemudian aku masuklah di komunikasi UPN, jadi setelah lulus jadi kepengen yang lain gitu, jadi pengen kemana gitu. Aku betul-betul fresh graduate, yang belum tau dan kenal hotel itu seperti apa. Tiba-tiba pas maen kesini, kayak aji mumpung aja gitu. Aku main kesini ada event gitu, dulu ak senang ngemc. Jadi dua kali aku ngemc event disini, tapi bukan eventnya ambarukmo, event yang lain dan dari media lain aku diajak kesini. Eh hotelnya bagus, seru nih. Waktu itu dikasih tau kalau disini butuh PR. Ah gak mungkinlah, pasti hotel yang sebesar ini akan mencari PR yang profesional, jadi yang telah bertahun-tahun kerja di dunia perhotelan. Terus kedua kali, balik lagilah kesini, balik lagi kesini diajak sama media lain. gak sengaja pas disini papas an sama GM. Udah dikenalin dan ditawarin, lalu ditanyain kamu kenapa dan satu yang bikin saya terkejut besoknya langsung ttd kontrak dan langsung diterima. Karena memang mungkin karena mereka melihat aku bersama media yah, beda cerita kalau aku kesini bersama temen-temen yah lain cerita. Jadi karena pekerjaan PR juga erat kaitannya dengan media, jadi mungkin mereka melihatnya oh ya sudah kenal beberapa media. Langsung ditawarin yaudah kayak dreams come true.

17. Poin apa yang menurut anda, atau yang anda tahu sehingga manajemen memilih anda untuk menjadi PR hotel? (latar belakang pendidikan, prestasi kerja, kemampuan berkomunikasi atau hal lainnya?)

Yaitu poin pentingnya itu, kamu kenal berapa media, karena PR kan tugasnya intinya promotion, jadi semua yang menyangkut publicity atau publisitas entah out Koran, radio, majalah kesemuanya merupakan tugasnya PR. Karena kita yang mempromosikan dan menceritakan sama orang. Kemudian, kegiatan kegiatan aku sewaktu kuliah, dulu aku pernah magang di media juga. Itu majalah dibandung, kemudian aku pernah menjadi pelayan distro (shopkeeper) di slankers namanya. Ya jadinya seperti apa yah, seperti rangkuman-rangkuman yang dikolaborasi sehingga aku jadi PR gitu. Banyak pelajaran yang saya dapat, jadi di shopkeeper itu saya belajar melayani pembeli/tamu yang marah-marah, yang antriannya panjang, dari situ aku belajar melayani lah. Kemudian aku bekerja di swot magazine, disitu aku belajar jadi seorang jurnalis, aku belajar membuat release, belajar design segala macam, aku tau jam kerjanya jurnalis itu seperti apa, deadlinenya mereka kalau dikejar-kejar. kemudian aku punya kegiatan presenting, aku harus belajar menata kata-kata, harus bisa basa-basi seperti apa depan orang, segala macam aku belajar disitu. Kemudian terakumulasi seperti itu menjadi PR. Itulah menjadi PR seperti itu, jadi mulai mengurus sponsorship, event kerjasama, networking, berhubungan dengan media, banyak hal, dilakukan sebagai PR. Ditambah aku sudah concern komunikasi yang di PR selama kuliah.

18. Secara jelas, bagaimana ringkasan tugas PR? Bagaimana dalam prakteknya?

Tugas PR, jam pertama aku masuk itu hal yang pertama aku lakukan aku baca Koran. Kalau di marketing itu ada morning briefing, kalau di marketing itu ada target, kita gak ada target. Kita adanya deadline gitu, misalnya PR bikin newsletter internal, kalau misalnya itu bagus syukur-syukur itu bisa menjadi media eksternal untuk publik. Bisa juga kita menjadi medianya juga, PR itu bisa menjadi media untuk hotel sendiri, bisa dibilang wartawannya hotel seperti itu. Kita juga bisa, jadi EO dan gimana caranya kita harus melakukan promosi sementara media kan mahal. Gimana caranya kita bisa melakukan

promosi, kita harus ditargetin tiap hari masuk Koran-masuk Koran, selalu seperti itu, gimana caranya kita mau membuat program atau kegiatan yang media pun ingin lihat. Makanya kita EO disitu, sering-seringnya kita bikin kegiatan. Seperti yang saya ajak kamu tadi, itu setiap hari kita ada aktivitas pendopo yang kita lakukan senin-jumat, senin ada suling bamboo, selasa ada sinau basa jawa, rabu ada teater perempuan, Kamis ada dolanan bocah. Itu semuanya kita kerjasama dengan komunitas.

19. Jadi targetnya kegiatannya ke masyarakat umum yah?

Iya jadi targetnya masyarakat umum. Jadi memang royal ambarukmo ini dibangun untuk mengangkat kebudayaan yang tidak pernah lagi diangkat oleh masyarakat. Jadi pendopo ini kan tempat bersejarah bagi sultan. Dulu ketika sultan tinggal disini kan sultan bebas main di pendopo, nah kita ingin mengangkat itu lagi. Kita bikin event niyang terus menerus, yang media pun senang liat itu. Jadi dia menceritakan domestic atau orang-orang luar seperti itu. Orang-orang luar negeri datang ke jogja, kemudian kita ceritakan aktivitas apa saja di pendopo kita, kegiatan apa saja yang bisa dilakukan, penyajiannya segala macam. Mereka senang itu yang mereka bidik seperti itu, mereka ke jogja bukan lagi jalan-jalan ke mall atau kemana, buat mereka mall masih bagus disana gitu. Jadi mereka lebih membidik yang tradisional-tradisional gitu, kecuali domestic. Kalau domestic kan senengnya sama mall, kita punya amplas disebelah, jadi tinggal jalan kesebelah sudah sampai. Banyak fasilitas yang kita bisa kita sampaikan. Jadi bagaimana caranya PR untuk menggrap itu semua, ya dia bikin event, acara, destination baru buat tamu-tamu yang menginap di ambarukmo

20. Konsep PR di hotel ini seperti apa mbak?

PR itu banyak tugasnya, dia yang branding dia juga yang menciptakan image, istilahnya kalau muka orang, PR itu wajahnya. Jadi wajah hotel itu bisa dilihat dari wajah PRnya, nah PR bertanggungjawab atas semua senyuman yang dikasih satpam di depan sampai semua pelayan-pelayannya di hotel dia bertanggungjawab untuk itu. Dimana image nya di bikin Indonesian home sesuai santika yah. Jadi ketika ambarukmo sudah masuk ke santika corporate,

memang santika sudah ada rule-rule tersendiri. Saya belajar, saya masih sangat baru dan saya belajar dari PR-PR santika hotel corp yang sudah senior. Dan mereka ngajarin konsep Indonesia home, terus kemudian ada sponsorship yang dilakukan keluar. Kebanyakan sih memang eksternal, kalau internal lebih ke HRD, tapi juga nanti dibantu oleh PR selama masih bisa.

21. Bagaimana anda memandang profesi anda saat ini?

Aku sangat senang yah. Kalau persepsi orang kerjaan PR itu enak, biasanya Cuma ketawa haha hihi doank, itu salah. Justru PR itu harus punya konsep, dia harus punya aide, karena dia akan bercerita. Dia harus punya konsep duluan, seperti itu. Sama seperti misalnya orang yang piawai membuat orange juice dia bisa membuatnya member takaran segini-segini. Sama seperti PR juga gitu, dia tau aku bikin event ini kapan dan mau aku publish kemana yah. Dia tau tentang itu melalui PR plan namanya, dia mau publish kemana, media yang mau dia gandeng berapa. Dia dikasih buget berapa, dan dia harus berpikir bagaimana agar eventnya ini terpublish. Gimana caranya, media aja mahal dengan 5juta apakah akan tetap jalan. Ya makanya PR perlu pintar menjalin hubungan, lobbying, kalo kata orang pinter ngomong gitu. Sebenarnya gak pinter ngomong sih, lebih ke networking. Networking harus banyak, jangan mahal senyum, jangan gak mau kenal sama ini itu, milih2 gitu. Karena kadang kita kenalan disini, dan misalnya orangnya nyebelin gitu, jangan seperti itu, karena bisa aja dua harii kemudian ternyata dia pemilik media apa gitu. Dan kita gak bisa ngapa2in gitu. Jadi kita harus kenalan terus, kenalan terus, sampai akhirnya dia bisa membuat apapun yang dilakukan itu menjadi mudah.

TRANSKRIP WAWANCARA THE CANGKRINGAN VILLAS & SPA

Wawancara Nurul Huda, HR Manager

20. Bagaimana struktur organisasi di hotel ini?

PR berada dibawah sales & marketing jadi satu divisi dalam satu divisi.

21. Mengapa PR ditempatkan pada posisi tersebut dalam struktur organisasi?

Karena kalau dibikin dua divisi juga nanggung. Akhirnya karena satu tujuan dengan penjualan, akhirnya dimasukkan dengan sales & marketing.

22. Bagaimana anda memaknai profesi PR?

PR penting yah karena membawa nama baik Cangkringan ke masyarakat luas. PR yang dapat mempromosikan cangkringan ke masyarakat luar. Tidak sebatas sekedar menyampaikan informasi. Namun, dia harus bisa menjual juga sih, karena kan mendukung sales & marketing.

23. Bagaimana *job description* dalam departemen PR di hotel ini?

Lebih ke maintenance pelanggan yah. Kalau sales kan menarik pelanggan/grape, nanti ketika pelanggan kesini. Ya PR yang bertugas dalam hal melayani. Selain itu juga ketika ada promosi-promosi keluar atau ada tamu yang misalnya seperti stasiun tv PR yang akan langsung menangani karena kan PR sebagai ujung tombak komunikasi begitu. Ya kalo sales lebih nge-grape tamu, PR lebih memberikan informasi tentang hotel begitu. Kalaupun mantanance keluar juga gak begitu banyak.jadi lebih ke promosi aja sih.

24. Mantaince keluar itu seperti apa?

Maksudnya mantanance ke publik dan juga media tentunya.

25. Dalam menentukan kualifikasi PR di hotel ini apakah sudah ada standar resmi dari organisasi hotel atau berdasarkan pertimbangan atasan atau yang berwenang ?

Itu langsung kewenangan dari GM yah, jadi HRD hanya bertugas menyeleksi. GM memebrikan syarat seperti ini dan ini kemudian HRD yang akan melaksanakan seperti itu aja. Itu karena juga kepentingan GM langsung ke sales, karena sales dibawah GM yah. jAdi sales dibawah GM.

26. Apa saja kualifikasi yang harus dipenuhi apabila ingin menempati posisi PR hotel?

Minimal mengenal hotel kita. Kedua, pinter untuk membawa nama baik cangkringan yah. Jadi tahu bagaimana bisa mempromosikan cangkringan keluar seperti apa, tidak sebatas sekedar menyampaikan informasi. Namun dia harus bisa menjual juga sih, karena kan mendukung sales & marketing.

27. Lalu keterampilan seperti apa pak?

Ya dia harus bisa membuat press release, dan juga menguasai internet, media sosial yah. Kemudian bahasa inggris juga harus bagus, diatas rata-rata. Karena tamu kita tidak hanya dari dalam namun juga luar negeri yah.

28. Ketika menilai itu semua, ada standarnya atau seperti apa?

Ya melalui wawancara tadi yah, kalau dia gak ada toefl ya kita wawancara. Kita wawancara ajak keliling sini, apa yang bisa dia kembangkan dari sini. Dan semuanya kita bicarakan dalam bahasa inggris. Minimal pengalaman di dunia perhotelan itu 2 tahun lah, tidak harus berlatar pendidikan PR. Tapi yang jelas minimal dia tahu seperti apa hotel itu kinerjanya seperti apa, tantangannya seperti apa begitu.

29. Kalau dari HRD memandang PR itu seperti apa?

PR penting dalam membawa nama baik Cangkringan ke masyarakat luas. Kalau internal dia lebih mengurus tentang complain pelanggan yah. Jadi ketika ada complain nantinya akan di florkan di forum rapat begitu. Lebih seperti itu, maintenance dari dalam misalnya kekurangan dari housekeeping, pelayanan, kalau keluar dia lebih misalnya menanyakan kekurangan pelayanan disini seperti apa begitu. Jadi dia bertanggungjawab maintenance pelanggan, baik nanti ketika pelanggan telah keluar dari sini. PR harus tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

30. Proses apa saja harus dilalui ketika calon karyawan ingin menempati posisi PR?

Pertama dari lamaran yah, dari lamaran yang udah qualified. Nanti kita seleksi setelah itu wawancara. Pertama dengan sales & marketing dulu. Setelah itu dengan GM dan terakhir urusan kepegawaiannya dengan HRD.

31. Titik puncak terakhir itu dimana yah pak?

Itu nanti titik puncak dan penjelasan dari benefit dan salary itu dari GM. Tergantung sales & GM. Kalau misalnya mereka sudah ok, ya ok.

32. Itu kenapa yah pak, sekarang divisi PR sebelumnya memang beda atau sudah jadi satu dari dulu?

Memang sudah jadi satu dari dulu.

33. Lalu seperti apa itu pak, padahal kan yang menduduki sales & marketing dan PR itu 1 orang. Bagaimana ketika saat perekrutan?

Itu kan dijadikan sales & marketing karena kebutuhan kita akan sales yah, sales kita hanya dua orang kurang. Kemudian Pak Tri juga mengemban tugas itu, namun kalau sudah banyak tamu dia lebih banyak menjalankan tugasnya sebagai PR. Jadi dia yang meremedial para pelanggan seperti itu, beda kalau sales yah. Sales mencari orang yang belum pernah ke cangkringan, kalau PR kan yang mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Misalnya ada penawaran baru, eent apa yang ada beberapa bulan kedepan.

34. Sejauh ini apakah menurut anda, tugas yang dilaksanakan oleh PR sudah sejalan dengan harapan dari organisasi?

Kebetulan pak tri baru 3 bulan, ya targetnya sudah lumayan. Ternyata setelah dia maintenance dia juga mendapat tamu baru begitu. Kemudian, dia juga telah memiliki pelanggan yang sudah lama yang tetap dia jaga hubungan baik, ketika ada promo, ditawarkan dan dating untuk menikmati fasilitas kami begitu. Kemudian juga promosi ke fashion TV yah, lalu trans tv, trans 7, itu hubungan dia dengan media sudah terjalin baik.

Wawancara Tri Susanto, Public Relations

22. Apa latar belakang pendidikan anda?

Saya pendidikannya perhotelan, cuma saya sebenarnya ya basic dari PR ialah bagaimana mengelola hubungan dengan tamu yah. Saya dulu disini sempat 3 tahun, namun setelah kena erupsi merapi, saya waktu itu pindah ke solo. Saya sempat pegang hotel yang konsepnya sama dengan cangkringan

hotel, hanya saja disana lebih menonjol restonya. Terus akhirnya saya kembali lagi kesini, dan saya baru kembali bergabung 3 bulan ini.

23. Apakah anda pernah/sering mengikuti seminar, workshop atau pertemuan sejenis dalam lingkup PR? Apakah kini anda terlibat dalam asosiasi PR?

Saya pernah mengikuti kegiatan seperti itu, hanya saja tidak sering. Kalau saya lebih ke otodidak mbak. Jadi yang penting adalah memahami tamu. Karena kerja di butik hotel dan bisnis hotel itu beda. Kalau disini bisnis hotel orang sekali ketemu ya udah, selesai. Tapi kalau kita, kita akan maintain hubungan dengan customer kita secara terus menerus.

24. Bagaimana kedudukan PR dalam struktur organisasi, apakah PR memiliki departemen sendiri atau dibawah departemen lain? Kepada siapa PR melaporkan dan mempertanggungjawabkan pekerjaannya?

Posisi PR berada dalam sales & marketing. Karena bagian PR itu adalah bagian dari marketing. PR sebetulnya jualan, tapi jualan lewat media, itu kan komunikasi yang menjual sama branding sekaligus positioning hotel yang seperti ini. Jadi kalau misalnya ada acara. Acaranya gede, nah itu kita komunikasikan keluar, oh ada acara ini, jadi itu mencerminkan si hotelnya itu sendiri. Mungkin misalnya dalam wilayah jogja, katakanlah adanya donor darah, itu juga tetep aja ada fungsinya. Karena apa, misalnya nih cangkrikan ada acara donor darah missal, itu juga bisa menjadi branding, oh cangkrikan ada acara itu, itu termasuk branding juga begitu. Sebenarnya itu, jadi marketing fungsinya menyeluruh, jadi kalau PR hanya membuat rilis aja ya tujuannya branding aja begitu. Sama aja, kalau misalnya mbak majang iklan gede2 disitu. Oh ada hotel ini yah, sama dengan resto juga sekarang juga ada media promosi. Tujuannya adalah supaya orang mengingat hotel itu sendiri.

25. Pertanggungjawaban bapak ke mana?

Oh tanggungjawabnya langsung GM. Jadi klo FO, housekeeping ada yang mengepalai, nanti kepalanya yang akan mempertanggungjawabkan ke GM. GM baru reportnya ntar ke owner

26. Bagaimana proses yang anda lalui sehingga anda dipercaya menjadi PR hotel ini?

Kalau marketing saya sudah sering terlibat dimarketing sebagai sales maupun market. Tapi sebelumnya kemarin owner yang langsung meminta saya. Tapi sebenarnya GM juga bertanggungjawab untuk hal ini karena dia juga yang memantau semua progres kita. Jadi untuk itu kita juga sering mendapat pengarahan dari GM atau dari owner misalnya. Sama kita juga seperti itu. Sebelumnya saya juga direstoran, tapi ya intinya sama, tergantung apa yang kita jual dan apa yang ingin kita kenalkan. Kemudian kita rencanakan kita organizing, direncanakan, kemudian kita lakukan, setelah kita lakukan baru kita control. Oh apa yang kurang, oh ada lebihnya, itu semua kita ada datanya. Jadi kalau misalnya kita pengen bikin data golf, namanya siapa aja, nanti kita kontak langsung dengan pelanggannya, kita kontak langsung seperti apa pack-nya, terus ada hasilnya selama sekian. Itu kan dikontrol, terus kekurangannya apa, nah itu kan bisa menjadi data. Planning lagi untuk ke depan, sama aja.

27. Kalau Posisi PR disini memang sudah lama, atau baru-baru saja ketika bapak masuk ada PR disini?

Dari dulu sudah ada, dan memang dari dulu di bagian marketing. Artinya memang dari dulu PR dari dulu bagian marketing. Itu karena keterbatasan, balik lagi ke perusahaannya yah kan memiliki kebijakan masing2 kenapa memilih seperti itu. Itu jadi satu. Jadi semua pekerjaan jadi satu. Karena keterbatasan membuat semuanya jadi satu.

28. Poin apa yang menurut anda, atau yang anda tahu sehingga manajemen memilih anda untuk menjadi PR hotel? (latar belakang pendidikan, prestasi kerja, kemampuan berkomunikasi atau hal lainnya?)

Ya sebenarnya yang penting bagi saya, kenapa di posisi sekarang karena kita sudah dekat dengan owner yah. Ketika seorang sudah mau memiliki pekerjaan, sebenarnya kita juga harus jual. Jadi semua karyawan harus jadi marketer. Dimana, mau gak mau harus menguasai produk yang ditawarkan oleh hotel. Artinya ketika orang awam ingin bertanya, dia akan tau apa yang ditanyakan dan pintar dalam menawarkan. Memang luas yah.

Termasuk PR yang baru, hal yang paling utama ialah mengetahui detail hotel yang dimiliki karena itu adalah modal yang bagi PR untuk dapat disampaikan kepada orang lain. Hotelnya seperti apa, historinya, riwayatnya, karena ia ujung tombak komunikasi, supaya nanti ketika ada permasalahan diluar dia sudah tau seperti apa menjawabnya. Selain itu juga Link, sebagai PR juga harus ada, ya link itu bisa dicari seiring berjalannya waktu lah. Saya juga dulu gak ada link kok, tapi saya belajar untuk selalu menjaga hubungan baik dengan siapa saja sehingga dapat tercipta link tersebut. Makanya tujuan kita ke kantor, tukar kartu nama, itu untuk menciptakan link begitu kemudian ada komunikasi yang lanjut. Kemudian internal begini, ya bagaimana bisa berkomunikasi secara lebih sopan ya, misalnya kulon nuwun dsb. Kemudian kemampuan komunikasi lain selain bahasa Inggris, itu jelas ya mbak. Tapi itu juga dapat dilatih seiring waktu. Karena mau itu lulusan komunikasi atau PR nanti juga ditempat kerjanya akan beda. Artinya mereka terjun pertama juga product knowledge nya masih kurang. Tapi seiring waktu juga mereka akan mengerti begitu. Tapi basic komunikasi itu penting, katakanlah dari senyum, joke2nya, bahasanya. Jadi mereka harus bisa itu. Ya itu secara teoritis sudah ada.

29. Secara jelas, bagaimana ringkasan tugas PR? Bagaimana dalam prakteknya?

Tugas PR, bikin tamu puas, artinya mereka harus merasa puas dan mengenal cangkeringan itu tugas PR. Kemudian mengkomunikasikan ke dunia luar, melalui email, media sosial, FB, jugaaaa..kita jawabnya juga bisa lewat sana, ada online booking juga ada, complain tamu. Secara menyeluruh itu maintain tamu, dan lebih mengakrabkan diri dengan tamu begitu. Itu suatu perhatian yang bisa mendekatkan kita dgn tamu, tidak hanya itu karyawan juga. Artinya komunikasi itu bagian dari PR. Jadi supaya ada membangun relasi. Kemudian hubungan dengan komunitas juga.

Kalau dengan media?

Kalau media kita ada, kita lebih sering masuk media pariwisata, kita jarang masuk media local tapi sesekali kita pernah ada. Biar menunjukkan cangkeringan masih eksis.

30. Apakah saja tantangan & hambatan dalam menjalani pekerjaan selama ini? Bagaimana solusinya?

Ya sebenarnya di dunia seperti ini itu waktu yah. Jadi kalau kita punya sisa waktu, kita tidak pernah punya waktu banyak waktu, karena tamu dapat datang kapan saja yah. Dan kita selalu dituntut untuk dapat menjalin keakraban dengan tamu. Kalau komunikasi biasa sih saya pikir bisa.

31. Aktivitas eksternal maupun internal apa saja yang rutin dilaksanakan oleh PR saat ini?

Saya luas, saya regulasi saya mengenalkan program saya keluar (masyarakat), selain itu selalu memperbaharui data guest list yang baru, kemudian mengenalkan promo kita yang terbaru. Kemudian yang kedua, publikasi yang lain, misalnya terkait dengan program seperti itu. Informasi yang lebih detail tentang hotel, kemudian bagaimana maintain orang-orang yang bisa mendatangkan turism disini, artinya memperbaharui selalu informasi tentang hotel. Untuk media komunikasi yang lain memang kita lebih banyak ke media sosial yah, daripada media massa. Karena yaitu lebih banyak mencapai target disitu. GM juga bertanggung jawab untuk handle promo, skg ada agoda.com juga.

32. Untuk yang internal gimana pak?

Karyawan kita membina juga, yg jelas kita harus komunikatif dgn tamu. Minimal sapa dan senyum. Sesekali PR juga yang menjari hal itu kepada karyawan. HRD lebih ke ketertiban yah.

33. Bagaimana anda memandang profesi anda saat ini?

PR adalah suatu cermin bagi dunia luar. Kalau PRnya tidak intens dalam komunikasi, nilai brandingnya juga turun. Ya memang kita perlu kerja sama di beberapa pihak baik media dan pendukungnya yang lain. Karena target dari hotel itu sendiri kita memang eksklusif yah, dengan tariff kita yang seperti ini. Jadi ada juga yang sering cancel, tapi yaa memang seperti itu.

34. Target terpenuhi gak pak, kalau mengalami hal tersebut?

Target revenue sejauh ini terpenuhi yah.justru setelah merapi itu, nilainya brandingnya cangkingan setelah merapi tinggi. Stelah itu juga kita sering keluarkan rilis,,tapi untuk media local kita belum terlalu sering. Lebih sering ke media tourism dan destinations.

