

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hospitality perhotelan merupakan industri yang bergerak di bidang jasa yang menawarkan berbagai macam produk, mulai dari room, restaurant, lounge, meeting room, spa, swimming pool dan lain sebagainya. Hospitality perhotelan beragam jenisnya mulai dari hotel bintang satu, bintang dua, bintang tiga, bintang empat, hingga bintang lima plus. Terdapat berbagai macam departemen mulai dari back office yang terdiri dari Admin & General, Accounting, Human Capital, dan Sales & Marketing. Untuk Departemen operasional sendiri terdiri dari Food And Beverage (Product & Service), Room Division (Housekeeping & Front Office) serta Engineering. Dilihat dari banyaknya Departemen pasti sebuah industri perhotelan ini memiliki banyak karyawan.

Bergerak dibidang jasa sudah pasti bahwa faktor utama usaha ini dapat berjalan yaitu adanya karyawan. Karena industri ini bergerak dibidang jasa sudah semestinya karyawan di anggap sebagai asset dari usaha pada bidang hospitality ini. Kesejahteraan dan kenyamanan karyawan sudah pasti menjadi perhatian utama dalam bidang hospitality perhotelan ini. Seperti yang kita ketahui bahwa banyak sekali perusahaan bukan hanya dalam bidang jasa yang menganggap karyawan hanya sebagian mesin untuk mencapai keuntungan perusahaan. Masih banyak perusahaan yang menganggap bahwa yang mereka butuhkan hanya sebatas gaji besar dan bonus yang berlimpah.

Tetapi sebenarnya kebutuhan karyawan itu bukan hanya sebatas gaji dan bonus yang melimpah, melainkan kenyamanan dalam bekerja serta diperlakukan layaknya keluarga. Maka oleh itu dibutuhkan seorang praktisi untuk menjadi media komunikasi antara karyawan dengan manajemen sebagai upaya menyampaikan kebutuhan maupun aspirasi dari pihak karyawan kepada manajemen ataupun sebaliknya dari manajemen kepada karyawan.

Pada umumnya sebuah perusahaan memiliki praktisi *Public Relations* dalam menjalankan usahanya. Seperti yang kita ketahui bahwa *Public Relations* memiliki peran sebagai media komunikasi antar karyawan dengan manajemen ataupun sebaliknya. Penerapan peran *Public Relations* dalam menjalankan perannya sebagai media komunikasi itu beragam, salah satunya melalui *Program Employee Relations*. *Program Employee Relations* ini pun sangat penting untuk diadakan oleh perusahaan. Seperti yang kita ketahui bahwa perhotelan itu terdiri dari berbagai departemen, oleh karena itu *Program Employee Relations* ini sangat penting diadakan sebagai bentuk upaya untuk menjaga komunikasi dan kerja sama antar departemen. Selain itu, *Program Employee Relations* ini diharapkan dapat menjadi upaya perusahaan dalam memfasilitasi kebutuhan karyawan dalam mengembangkan hobi ataupun skillnya.

Dilihat dari perannya dalam menjalankan *Program Employee Relations* tersebut sudah seharusnya setiap perusahaan memiliki *Public Relations* dalam menjalankan usahanya. Tetapi dalam dunia perhotelan sendiri tidak selalu ada *Public Relations* di dalamnya, biasanya mereka lebih

mengutamakan adanya Marcom dalam manning mereka. Tetapi bukan berarti semua hotel begitu, rata-rata hotel bintang empat dan bintang lima plus memiliki tim *Public Relations* dan Marcomnya tersendiri. Sedangkan untuk hotel bintang satu hingga bintang tiga biasanya peran *Public Relations* ini dijalankan oleh *Human Capital Development*. Dan untuk Marketing Communication dijalankan oleh Sales and Marketing Departement.

Guna menjamin kenyamanan karyawan, Grand Cordela Hotel Bandung menjaga komunikasi dengan staf melalui pengembangan berbagai *Program Employee Relations*. Kegiatan komunikasi dalam bentuk Employee Relations dapat diarahkan oleh Manajemen Grand Cordela Hotel Bandung tidak hanya untuk membina hubungan positif antara pimpinan perusahaan dengan staf, tetapi juga untuk memotivasi staf dalam upaya meningkatkan loyalitas karyawan.

Grand Cordela Hotel Bandung sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Hospitality*. Hotel bintang tiga ini terletak di Jl. Soekarno Hatta No.791B, Babakan Penghulu, Kec. Cinambo, Kota Bandung, Jawa Barat 40293, Indonesia serta berada di kawasan industry. Memiliki jumlah jumlah karyawan yang tidak sedikit yaitu 76 orang mulai dari karyawan kontrak, *daily worker*, hingga *outsourcing* membuat Grand Cordela Hotel Bandung selalu memperhatikan berbagai kebutuhan termasuk kenyamanan karyawannya. Sebagai salah satu upaya dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan kenyamanan pada karyawannya, Grand Cordela Hotel Bandung membuat berbagai macam *Program Employee Relations*.

Penerapan *Program Employee Relations* yang efektif dalam suatu perusahaan merupakan suatu metode komunikasi atau pendekatan teknis yang dapat dimanfaatkan untuk mengelola sumber daya manusia dan aspek terkait lainnya dengan tujuan mencapai tujuan komunikasi. *Program Employee Relations* diharapkan dapat memberikan hasil yang baik, khususnya menumbuhkan rasa penghargaan dan kepedulian di kalangan staf terhadap manajemen. Hal ini pada gilirannya diharapkan dapat menumbuhkan rasa loyalitas di kalangan tenaga kerja di Grand Cordela Hotel Bandung.

Employee Relations dilaksanakan di Grand Cordela Hotel Bandung melalui berbagai kegiatan dan program, antara lain program penghargaan dan pengakuan, program pendidikan dan pelatihan, program media komunikasi internal, dan program yang mendorong prestasi. Selaras dengan macam-macam *Employee Relations* yang disampaikan di atas Grand Cordela Hotel Bandung juga menjalankan *Program Employee Relations* yang digagas oleh perusahaan maupun usulan-usulan yang berasal dari para karyawan seperti program training rutin setiap bulannya minimal 2 (dua) jam, pemberian penghargaan kepada karyawan yang berprestasi ketika GMS (*General Staff Meeting*) setiap 3 (tiga) bulan, Olahraga bersama setiap minggunya mulai dari hari Senin olahraga bulu tangkis, Selasa futsal, dan Jumat yaitu zumba, hingga pengadaan acara outing setiap 1 (satu) tahun sekali.



Gambar 1.1 Program *Employee Relations Outing* Karyawan

Sumber : Arsip Pribadi

Hal itu semua dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya dalam menjaga kenyamanan dan kebutuhan karyawan selain itu memiliki maksud dan tujuan agar karyawan semakin loyal kepada perusahaan. Dalam melaksanakan kegiatan kerja karyawan tidak akan terlepas dari loyalitas dan sikap kerja, sehingga dengan demikian karyawan tersebut akan selalu melaksanakan pekerjaan dengan baik dan merasakan senang dalam melakukan pekerjaannya.

Idealnya *Program Employee Relations* ini dijalankan oleh *Praktisi Public Relations* sebuah perusahaan, namun beda halnya dengan Grand Cordela Hotel Bandung, yang dimana *Employee Relations* ini dijalankan oleh *Human Capital Development* hal ini dikarenakan hotel Grand Cordela Hotel Bandung sendiri merupakan hotel bintang tiga yang dimana *Human Capital Development* menjalankan peran ganda menjadi *Public Relations*. Selain itu dalam prakteknya, divisi *Human Capital Development* juga menerapkan prinsip-prinsip kerja *Public Relations* dalam menjalankan *Program Employee Relations*. Pengadopsian peran *Public Relations* dikarenakan peran dan prinsip kerja *Public Relations* sesuai dengan peran dan tujuan *Human Capital*

Development Grand Cordela Hotel Bandung yaitu berupaya memenuhi kebutuhan karyawan, membina hubungan yang harmonis, dan juga memberikan kenyamanan bagi karyawan. Hal itu tentunya diciptakan tidak hanya semata-mata memenuhi kebutuhan karyawan tetapi memiliki maksud dan tujuan yaitu mampu membangun citra dan reputasi perusahaan di mata karyawan sehingga dapat meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan demi menciptakan serta menumbuhkan rasa loyalitas karyawan terhadap Grand Cordela Hotel Bandung.

Kata loyalitas mungkin bukan kata yang asing di dunia *Hospitality*, karena pada dasarnya setiap orang bekerja di dunia *Hospitality* itu memiliki rasa loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaannya. Mengapa dikatakan seperti itu karena dalam dunia *Hospitality* kita tidak kenal dengan kata libur atau tanggal merah disamping jam operasional hotel yang memang bekerja selama 24 jam. Selain itu loyalitas karyawan di Grand Cordela Hotel Bandung juga dibuktikan dengan tidak adanya karyawan yang hitung-hitungan terhadap waktu bekerja. Biasanya mereka memiliki jam loyalitas bekerja selama satu hingga dua jam biasanya. Selain itu terbukti dengan adanya karyawan yang sudah bekerja dari awal mula hotel didirikan hingga saat ini.

Fenomena inilah yang menyita perhatian dan ketertarikan peneliti untuk meneliti lebih jauh bagaimana *Human Capital Development* Grand Cordela Hotel Bandung dapat beradaptasi dan pada akhirnya mampu menjalankan peran *Public Relations* dalam *Program Employee Relations* sehingga karyawan Grand Cordela Hotel Bandung memiliki loyalitas yang

tinggi terhadap perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan, maka peneliti memilih judul penelitian **“Penerapan Peran *Public Relations* Pada *Program Employee Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan (Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Studi Kasus Pada *Human Capital Development* Sebagai *Public Relations* Di Grand Cordela Hotel Bandung)”**. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan berbagai informasi dan masukan mengenai bagaimana pentingnya manajemen perusahaan memiliki *Program Employee Relations* di sebuah perusahaan demi meningkatkan loyalitas karyawan terhadap pekerjaan dan perusahaannya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti mengambil rumusan masalah yaitu **“Bagaimana Penerapan Peran *Public Relations* Pada *Program Employee Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan (Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Studi Kasus Pada *Human Capital Development* Sebagai *Public Relations* Di Grand Cordela Hotel Bandung)?”**

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka identifikasi masalah penelitian ini yaitu:

1. Apa saja *Program Employee Relations* yang ada di Grand Cordela Hotel Bandung?

2. Bagaimana *Human Capital Development* Grand Cordela Hotel Bandung menjalankan peran *Public Relations* pada program *employee relations*?
3. Mengapa *Program Employee Relations* di Grand Cordela Hotel Bandung dapat meningkatkan loyalitas karyawan?

1.4. Tujuan Penelitian

Atas dasar permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui *Program Employee Relations* di Grand Cordela Hotel Bandung.
2. Mengetahui peran *Human Capital Development* Grand Cordela Hotel Bandung sebagai *Public Relations* pada *Program Employee Relations*.
3. Mengetahui *Program Employee Relations* di Grand Cordela Hotel Bandung dapat meningkatkan loyalitas karyawan.

1.5. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan bidang Ilmu Komunikasi, khususnya yang terkait dengan peran *Public Relations*. Selain itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan terutama untuk pengadaaan sebuah divisi *Public Relations* dalam perusahaan.

1.6 Sistematika Penelitian

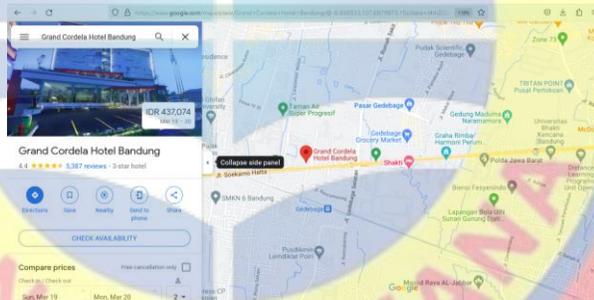
Penulisan Skripsi mengenai **“Penerapan Peran *Public Relations* Pada Program *Employee Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan (Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Studi Kasus Pada *Human Capital Development* Sebagai *Public Relations* Di Grand Cordela Hotel Bandung)”** terdiri dari V (lima) Bab dimana sistematik penulisannya terdiri dari:

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari rangkuman teori, kajian atau penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka pemikiran.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.
- BAB V PENUTUP, terdiri dari kesimpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti memilih lokasi untuk penelitian di Grand Cordela Hotel Bandung yang beralamatkan di Jalan. Soekarno Hatta No.791B, Babakan Penghulu, Kecamatan. Cinambo, Kota Bandung, Jawa Barat 40293, Indonesia. Alasan penulis memilih tempat ini sebagai tempat penelitian karena peneliti melakukan *Job Training* di Grand Cordela Hotel Bandung dan melihat ada sebuah fenomena dimana peran *Public Relations* dijalankan oleh *Human Capital Development*.



Gambar 1.2 Lokasi Penelitian

Sumber :<https://www.google.com/maps/place/>

