

FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENSOSIALISASIKAN BUDAYA PERUSAHAAN DI HOTEL THE PREMIERE PEKANBARU

**Oleh : Riel Yandi Putra
Noor Efni Salam
(Email: rielyandi@ovi.com)**

Abstract

The function of Public Relations one of them as communicator to deliver an idea and policy to support operational activity of company. Identify problem is how the functions of Public Relations The Premiere Hotel Pekanbaru in an effort to socialized of the corporate culture and how to created of the corporate culture in The Premiere Hotel Pekanbaru. This study aims to find out about the function of Public Relations by The Premiere Hotel Pekanbaru in an effort to socialized of the corporate culture and how to created of the corporate culture.

This research was with qualitative research methods where qualitative research is an attempt the social world and perspective in the world, in terms of concepts, perceptions, of behavior, and the question of consciencetious human beings. Subject this study is The Premiere Hotel Pekanbaru, ammounting to 2 (two) people, including leaders HRD & Security Manager and PR Manager. Technique performed within data collecting by interview, obesrvation, and with documentatio or photos. Tehcnical validity of data namely the extension of participation and triangulation.

The results showed that the Public Relations functions perfomed The Premiere Hotel Pekanbaru to socialized corporate culture to walk as much as possible in accordance with the achievement vision and mission of company. The corporate culture The Premiere Hotel Pekanbaru has changed became more better. In the same things with applied and the socializing of corporate culture to the employee has more increaseing according the pursue of The Premiere Hotel Pekanbaru. The socializing corporate culture has doing very well by any efforts, there are by recruitment of employee,upgrading,and career development of employee.

Keyword: PR Function, Socialiszation, Corporate Culture

I. PENDAHULUAN

Persaingan pada era global digital semakin ketat dan membuka peluang sekaligus tantangan dalam dunia bisnis. Keberhasilan suatu perusahaan tidak lepas dari budaya perusahaan dan etos kerja profesional yang dapat mencerminkan kinerja perusahaan.

Kecenderungan organisasi atau perusahaan dalam menghadapi persaingan global mesti disikapi dengan baik, karena akan membawa dampak pada budaya organisasi. Secara resiprokal, perubahan manajemen dan struktur organisasi akan membawa dampak pada budaya perusahaan, dan sebaliknya. Akan tetapi, perubahan manajemen dan restrukturisasi

tidak akan membawa hasil optimal apabila tidak disertai dengan adanya budaya yang kondusif terhadap perubahan tersebut.

Dalam berbagai penelitian yang telah dilakukan diperoleh indikasi bahwa budaya organisasi akan dapat dipahami dan diterima baik oleh anggota hanya apabila di antara keduanya terdapat kesesuaian/kecocokan, yaitu antara budaya yang tumbuh dan berkembang dalam organisasi dengan budaya yang tumbuh dalam setiap individu (*person-culture fit*). Semakin tinggi kesesuaian di antara keduanya, maka semakin rendah tingkat *turnover* anggota (Bass & Avolio, dalam Vestal, (1997: 101). Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mewujudkan kesesuaian antara budaya organisasi dengan budaya setiap individu adalah proses sosialisasi budaya perusahaan.

Dipilihnya Hotel The Premiere Pekanbaru sebagai lokasi penelitian disebabkan perusahaan tersebut sebagai pemain baru dalam bisnis perhotelan di kota Pekanbaru berusaha melakukan *positioning* yang diperlukan untuk menempatkan diri agar lebih baik dalam menyikapi dan menjawab tantangan-tantangan bisnis baru, lingkungan usaha yang berubah secara cepat maupun keinginan-keinginan baru yang muncul dari dalam perusahaan. Perubahan dilakukan secara menyeluruh dan berkesinambungan terhadap pola pikir, pola pandang dan pola tindak perusahaan, strategi bisnis, budaya perusahaan maupun perilaku dan kemampuan organisasi.

Hotel The Premiere Pekanbaru sebagai salah satu hotel baru dari *Zuri Hospitality Management* di kota Pekanbaru memasuki tahun yang kedua di tahun 2012, tetap berupaya meningkatkan kualitas layanan kepada tamu. Agar dapat mempertahankan posisinya sebagai pemain baru dalam bisnis perhotelan berbintang lima di Pekanbaru, Hotel The Premiere Pekanbaru menetapkan Misi dan Visi Perusahaan yaitu : “*We Know How To Please You!*” Dan Visi Perusahaan, *Being Market Leader and Trend Setter*. Hal tersebut bertujuan untuk membangun budaya perusahaan yang kredibel dan operasional.

Pengertian dari budaya perusahaan merupakan satu set nilai, penuntun kepercayaan akan satu hal, pengertian dan cara berpikir yang dipertemukan oleh para anggota organisasi dan dapat diterima oleh anggota baru seutuhnya (W.Jack Duncan dalam Rhenald Kasali,1992:108). Konsep budaya perusahaan sendiri dalam beberapa dekade ini diyakini sebagai salah satu alat untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Budaya perusahaan sebagai suatu kekuatan yang mempengaruhi efektivitas organisasi, karena budaya perusahaan mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan manusia yang terlibat dalam perusahaan.

Karyawan yang merupakan aset penting bagi suatu perusahaan perlu diinformasikan akan visi, misi dan strategi yang ada pada perusahaan yang menjadi budaya perusahaan tersebut. Budaya perusahaan memiliki sejumlah peran strategis, yaitu menjadi “perekat” antar para pihak yang terkait yang memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda. Sebagai pembentuk “*sense of belonging*” (rasa memiliki), dan “kebanggaan sebagai

bagian dari organisasi. Mengingat pentingnya budaya perusahaan untuk bisa diaplikasikan oleh setiap karyawan maka, budaya perusahaan perlu dikomunikasikan. Budaya perusahaan dikomunikasikan dengan sebuah proses sosialisasi. Berikut ini adalah beberapa jenis budaya perusahaan yang di kembangkan dan disosialisasikan di hotel The Premiere Pekanbaru:

- *Integrity*: konsistensi antara nurani dan tindakan dengan aturan dan standard kebenaran yang berlaku.
- *Professional* : upaya secara konsisten memiliki tanggung jawab dan mampu salam menyelesaikan tugas dengan menghasilkan solusi yang terbaik.
- *Team Work*: berupaya secara konsisten membangun hubungan kerja yang sinergis dan saling menghargai dalam pencapaian tujuan perusahaan.
- *Innovative*: konsistensi dalam mengembangkan kreativitas sehingga tercipta iklim lingkungan kerja yang kondusif, efektif, dan efisien
- *Helpful & Friendly* : secara konsisten bersikap peduli, menghargai, dan berupaya untuk memahami serta memenuhi kebutuhan tamu secara optimal. (Sumber:Wawancara dengan Ibu Eva, *Public Relations Manager* Hotel The Premiere,12 Maret 2012).

Kesinambungan organisasi sangat bergantung pada budaya yang dimiliki. Susanto (1997: 216) mengemukakan bahwa budaya organisasi dapat dimanfaatkan sebagai daya saing andalan organisasi dalam menjawab tantangan dan perubahan. Budaya organisasi pun dapat berfungsi sebagai rantai pengikat dalam proses menyamakan persepsi atau arah pandang anggota terhadap suatu permasalahan sehingga akan menjadi satu kekuatan dalam pencapaian tujuan organisasi.

Keempat fungsi tersebut menunjukkan bahwa budaya dapat membentuk perilaku dan tindakan anggota di dalam menjalankan aktifitasnya. Oleh karena itu nilai-nilai yang ada dalam organisasi perlu ditanamkan sejak dini pada diri setiap anggota. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya sosialisasi yang baik. Salah satu tujuan sosialisasi adalah memperkenalkan nilai-nilai budaya organisasi secara total sehingga diharapkan anggota akan berperilaku sesuai dengan budaya organisasi. Proses sosialisasi budaya membutuhkan waktu relatif lama di samping juga memerlukan perhatian serius. Program sosialisasi diharapkan mampu memberikan gambaran secara tepat kepada anggota tentang lingkungan pekerjaan dan budaya organisasi tempatnya bekerja. Untuk menciptakan proses sosialisasi yang benar diperlukan keterlibatan anggota, organisasi itu sendiri dan pemimpin yang dapat memberikan dukungan serta melakukan koordinasi yang tepat selama proses sosialisasi.

Pada suatu perusahaan, terdapat pengaruh yang cukup besar dari pihak internal maupun eksternal. Agar dapat terjalin hubungan baik antara seseorang atasan kepada bawahan, maupun sebaliknya antara bawahan kepada atasannya, bisa berjalan harmonis maka akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan/organisasi dan tujuan-tujuan yang telah

dibuatnya tercapai. Tidak hanya pengaruh yang pihak internal saja, tetapi pihak eksternal juga mempunyai pengaruh yang besar, karena apabila suatu perusahaan dapat membina dan memelihara sikap budi yang baik untuk perusahaan di satu pihak dengan publik di lain pihak, dengan menggunakan komunikasi yang harmonis maka timbal balik yang akan di dapat adalah citra positif yang akan dinilai oleh tamu.

Terjadi lebih mengarah kepada fungsi komunikasi dimana fungsi komunikasi dipercaya sebagai jembatan kepada publiknya untuk memberitahukan informasi dan setiap perubahan yang ada. Adapun ketika sosialisasi pada awalnya terjadi semua guideline dan langkah-langkah yang harus dilakukan berasal dari manajemen pusat sehingga kerja *Public Relations* disini lebih ke arah mendukung terlaksananya kegiatan tersebut. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Pengertian sosialisasi adalah "Sosialisasi sebagai salah satu bentuk kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyebarluaskan informasi tertentu tentang suatu program kerja/kegiatan organisasi kepada publik dengan maksud untuk diketahui dan didukung oleh publik." Mulyana (68:1999).

Sosialisasi pada hakekatnya merupakan salah satu bagian kajian dan kegiatan dari humas atau *Public Relations*, oleh karena itu konsep mengenai perencanaan sosialisasi sangat penting untuk melandasi dalam melakukan analisis terhadap perencanaan dan strateginya. Laswell dalam Ane Permatasari, (2004: 2). Pentingnya perencanaan ini didasarkan atas beberapa alasan utama sebagai berikut James E. Grunig dan Fred Repper, dalam Kasali, (1994: 31-37) :

- a. Untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolok ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
- b. Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* lebih berorientasi menciptakan atmosfer komunikasi dua arah yang kondusif, dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya. Tetapi jika fungsi *Public Relations* yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi, atau perusahaan, dan suasana kerja yang kondusif, serta peka terhadap karyawan, maka diperlukan pendekatan khusus dan motivasi dalam meningkatkan kinerjanya. Berikut adalah konsep dasar fungsi *Public Relations* dalam menjalankan fungsinya

Cutlip & Center and Canfield (1982) dalam (Ruslan,1998:3II). Merumuskan esensi dari fungsi *Public Relations* sebagai berikut:

1. Menjunjung aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi)
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya sebagai khalayak sasaran.

3. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atas terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Berdasarkan fungsi *Public Relations* tersebut. Dapat dikatakan bahwa ada keterkaitannya dengan melakukan sosialisasi yaitu menyebarkan informasi serta menanamkan nilai yang disampaikan dengan memberikan penerangan kepada khalayak melalui berbagai pendekatan yang dilakukan secara persuasif, baik secara langsung atau melalui media. Selain itu pada fungsi *Public Relations* juga diharapkan adanya perubahan, yang pada akhirnya sosialisasi dilakukan agar terjadi perubahan nilai dan pengetahuan serta sikap dan khalayaknya.

Public Relations sangat erat kaitannya dengan budaya perusahaan, karena *Public Relations* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. fungsi *Public Relations* yaitu menciptakan hubungan baik dengan organisasi atau perusahaan baik internal maupun eksternal. Publik internal disini diartikan sebagai karyawan yang bekerja diperusahaan tersebut dan publik eksternalnya yaitu pelanggan. Dengan hubungan tersebut diharapkan terciptanya saling pengertian dan kepercayaan serta menguntungkan bagi perusahaan dan publiknya.

Public Relations berarti suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu dan semua ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Seorang praktisi *Public Relations* sering diminta pendapatnya tentang budaya perusahaan oleh pimpinan puncak. Namun dalam menyusun dan merumuskan bukanlah tugas *Public Relations* seorang diri. Dengan bekal perumusan itu, praktisi *Public Relations* dapat menyusun program komunikasi ke luar maupun ke dalam, misalnya merumuskan identitas perusahaan (logo), alat-alat komunikasi (media) dan sebagainya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel The Premiere yang beralamat jln. Jenderal Sudirman no.389 Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Miller (dalam Moleong, 2005:5) penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristiwa lainnya. Data kualitatif diperoleh dari hasil pengumpulan data dan informasi dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti pengamatan, wawancara, menggambar, dan lain-lain. Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada seperti wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen (dalam Moleong,2005:5).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti memilih informan melalui teknik *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*. Dimana teknik *Purposive Sampling* untuk menentukan informan dari perusahaan dan Subjek dalam penelitian ini, antara lain adalah *Public Relations Manager*, HRD Manager, HRD *Officer*, dan beberapa karyawan lainnya.

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman dengan menggunakan komponen reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta pengujian kesimpulan. Sedangkan teknik pemeriksaan keabsahan data melalui perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

III. HASIL & PEMBAHASAN

1. Fungsi *Public Relations* Hotel The Premiere Pekanbaru

Aktivitas utama humas/*public relations*, salah satunya adalah melakukan fungsi-fungsi “manajemen komunikasi” antara perusahaan/organisasi yang diwakilinya dengan publik/*stakeholders* sebagai khalayak sasarannya. Khususnya dalam usaha untuk mencapai citra positif, menciptakan kepercayaan, dan membina hubungan baik dengan *stakeholder*, atau *audiencenya*, dengan kata lain membangun identitas dan citra perusahaan (*building corporate identity and image*).

Secara struktural, *public relations* merupakan bagian dari integral dari suatu lembaga/organisasi. Artinya *public relations* merupakan salah satu fungsi manajemen modern yang bersifat melekat pada manajemen perusahaan (*corporate management function*). Itu berarti bagaimana humas dapat berperan dalam melakukan komunikasi timbal balik (*two ways communication*) dengan tujuan menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling mempercayai (*mutual confidence*) menciptakan *good will*, memperoleh dukungan publik (*public support*) dan sebagainya demi terciptanya citra positif bagi suatu perusahaan/organisasi (*corporate image*).

Public Relations bukan sekedar fungsi teknis tetapi merupakan fungsi manajerial yang bertanggungjawab atas terselenggaranya suatu hubungan yang signifikan antara perusahaan/organisasi dengan publik (*stakeholder*)nya. *Public Relations* adalah sebuah fungsi strategik di tingkat korporasi. *Public Relations* adalah jembatan, pembangun dan pemelihara harmoni antara perusahaan/organisasi dan lingkungannya. Dengan harmoni, saling pengertian yang lebih baik antara organisasi dengan publiknya, citra positif organisasi diharapkan terbentuk dan menguat. *Public Relations* memiliki visi membangun dan memelihara citra perusahaan/organisasi sebagai korporasi yang berhasil, baik secara ekonomi maupun sosial. Karena korporasi yang berhasil, akan diterima masyarakat sebagai bagian dari aset mereka, aset suatu bangsa/negara.

Dalam menjalankan fungsi dan tugas *public relations* jika dikaitkan dengan posisi *Public Relations Manager* Hotel The Premiere Pekanbaru dalam mensosialisasikan budaya perusahaan terdapat keterkaitan yaitu melakukan sosialisasi dengan menyebarkan informasi/program serta menanamkan nilai yang

disampaikan dengan memberikan penerangan kepada publik internal perusahaan melalui pendekatan metode sosialisasi. Selain itu pada fungsi *public relations* juga diharapkan adanya perubahan, yang pada akhirnya sosialisasi dilakukan agar terjadi perubahan nilai dan pengetahuan serta sikap dari publiknya.

Dalam rangka memberdayakan fungsi *public relations* dalam mensosialisasikan budaya perusahaan, maka *Public Relations Manager* Hotel The Premiere Pekanbaru merumuskan suatu formula khusus *road map* fungsi *public relations* Hotel The Premiere Pekanbaru, yaitu sebagai berikut :

➤ **Fungsi *Public Relations* sebagai fasilitator,**

Public Relations Hotel The Premiere berfungsi sebagai motor dalam memfasilitasi seluruh aktivitas yang berhubungan dengan pelayanan yang dilakukan kepada publik internal dan publik eksternal dari Hotel The Premiere tersebut. Hal tersebut diungkapkan oleh *Public Relations Manager* Hotel The Premiere Ibu Eva Susanti;

“Kami selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik dan sepenuh hati dengan memfasilitasi segala kebutuhan para stakeholders kami, baik itu yang berada dalam lingkungan internal perusahaan maupun di lingkungan eksternal dari Hotel The Premiere Pekanbaru itu sendiri”

(Wawancara : Bu Eva sebagai *Public Relations Manager* Hotel The Premiere, 15 Maret 2012)

Berikut adalah beberapa kegiatan yang difasilitasi oleh *Public Relations* Hotel The Premiere kepada khalayak Internal dan khalayak eksternalnya berikut beberapa diantaranya ;

- ✓ Pihak *public relations* selalu mengadakan kegiatan positif dalam rangka menjalin kebersamaan dan kekompakan sesama staf/karyawan Hotel The Premiere di antara lain adalah; *staff party*, kegiatan donor darah, kegiatan *Family Gathering*, dan *Outbound*.
- ✓ Dokumentasi kegiatan internal Hotel The Premiere, Dalam rangka menciptakan *image* positif kepada *stakeholders* dari Hotel The Premiere Pekanbaru *Public Relations Manager* membuat kliping koran yang berhubungan dengan aktivitas Hotel The Premiere. Seperti berbagai macam promo yang ditawarkan oleh Hotel The Premiere, *event-event* yang dilaksanakan di lingkungan Hotel The Premiere di publikasikan melalui media cetak, dan membuat *Press Release*.
- ✓ Merancang dan mengisi Konten papan pengumuman (*Notice Board*), Sebagai wadah informasi publik internal Hotel The Premiere *Public Relations Manager* membuat media informasi berupa papan pengumuman (*Notice Board*). Dengan merancang informasi yang bernilai positif untuk disampaikan kepada seluruh staf/karyawan Hotel The Premiere, diharapkan dapat menjadikan media sosialisasi yang ampuh dalam tercapainya kebijakan dari Management Hotel The Premiere Pekanbaru.

➤ **Fungsi *Public Relations* Sebagai Mediator,**

Dalam mengantisipasi dan meminimalisir segala tindakan yang dapat memunculkan konflik atau *clash* di lingkungan internal Hotel The Premiere fungsi *Public Relations* Hotel The Premiere dituntut untuk dapat bertindak sebagai “pemadam kebakaran” maksudnya *Public Relations* Hotel The Premiere sebagai penengah dalam penyelesaian konflik yang terjadi antara publik internal dan eksternal. *Public Relations* harus bertanggung jawab dalam menemukan solusi, dengan mengadakan *Family Gathering* dan diskusi terbuka antara direksi dan karyawan Hotel The Premiere

➤ **Fungsi *Public Relations* Sebagai Komunikator,**

Menjadi “jembatan dan garda” terdapat dalam mempublikasikan program-program perusahaan kepada khalayak sasaran (internal dan eksternal), yang salah satu programnya adalah dalam pelaksanaan kegiatan yang berhubungan sosialisasi budaya perusahaan dikalangan staf. Dalam mensosialisasikan gagasan dan kebijakan untuk menjaga eksistensi Hotel The Premiere dengan mengadakan Pelatihan *In House Training, morning briefing*, dll. (Sumber: Wawancara dengan Ibu Eva Susanti, *Public Relations Manager* Hotel The Premiere, 12 Maret 2012).

Fungsi *public relations* Hotel The Premiere Pekanbaru memiliki peran strategis bagi keberhasilan proses sosialisasi budaya perusahaan ke dalam pribadi individu staf/karyawan. Keterlibatan dan keteladanan yang di berikan akan berandil besar dalam pembentukan budaya perusahaan dengan tetap memperhatikan aspirasi staf/karyawan. Melalui kerja sama antara *Public Relations Manager* Hotel The Premiere dengan *HRD Manager* dengan selalu mengingatkan staf tentang nilai, norma, dan peraturan yang berlaku dalam perusahaan.

“Sosialisasi budaya perusahaan sangat diperlukan pada suatu perusahaan/organisasi terutama organisasi bersifat nirlaba, maka para staf lain juga harus mengikuti agar bisa bermanfaat pada implementasi proses kerja di masing-masing bidangnya”. Papar Bu Eva (Wawancara : Bu Eva sebagai *Public Relations Manager* Hotel The Premiere, 15 Maret 2012)

Tentunya membutuhkan proses pembelajaran atau sosialisasi yang difasilitasi oleh pihak *public relations* Hotel The Premiere secara umum dan komprehensif. Seperti yang dikemukakan salah seorang staf :

Oleh sebab itu *Public Relations* Hotel The Premiere harus mampu mengajak para staf/pegawai, terutama staf/pegawai baru, untuk melakukan penyesuaian dengan budaya perusahaan Hotel The Premiere yang menjadi pedoman pencapaian kinerja yang baik. Di samping itu, perusahaan (dibantu oleh manajemen puncak) juga harus mampu melaksanakan kegiatan sosialisasi budaya pada sumber daya manusianya agar hasil proses sosialisasi memberi dampak positif pada produktivitas, komitmen, serta *turnover* sumber daya manusia tersebut. Pada akhirnya sosialisasi budaya perusahaan akan mendukung dan mendorong staf/pegawai mencapai sasaran dan tujuan yang diinginkan manajemn Hotel The Premiere.

2. Budaya Perusahaan Hotel The Premiere Pekanbaru

Kapasitas dan posisi *Public Relations* dalam meninternalisasi budaya perusahaan sangat erat kaitannya, karena *Public Relations* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Dalam konteks ini posisi fungsi *public relations* yaitu bagaimana mengkomunikasikan program budaya perusahaan yang ingin disosialisasikan kepada *stakeholders* internal dan eksternal Hotel The Premiere Pekanbaru. Dengan hubungan tersebut diharapkan terciptanya saling pengertian dan kepercayaan serta menguntungkan bagi perusahaan dan publiknya.

Hotel The Premiere menerapkan nilai-nilai budaya perusahaan yang menjadi landasan berpikir, bertindak, serta berperilaku setiap individu staf sehingga budaya kerja perusahaan yang solid dan berkarakter. Nilai-nilai budaya perusahaan tersebut adalah sebagai berikut :

- **Integrity (Integritas)** : Konsistensi antara nurani dan tindakan dengan aturan dan standard kebenaran yang berlaku. Dengan senantiasa menumbuhkan rasa disiplin dan berpikir, berkata, dan bertindak terpuji dalam setiap aktivitas operasional. Sehingga akan tercermin dalam lingkungan kerja yang saling mendukung satu sama lain dan rukun. Dalam rangka mempererat kebersamaan staf dan menyegarkan pikiran. Suasana kebersamaan dibentuk melalui acara *outing* bersama yang diadakan secara rutin setiap bulannya beberapa kegiatan diantaranya yaitu, kegiatan *Family Gathering*, kegiatan donor darah, dan *Outbound*, aktivitas olahraga sesama staf/pegawai Hotel The Premiere, dan lain-lainnya.

- **Professional** : Upaya secara konsisten memiliki tanggung jawab dan mampu saling menyelesaikan tugas dengan menghasilkan solusi yang terbaik. Melalui sikap profesional, Hotel The Premiere berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi para *customer*. Pelayanan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan mencapai hasil yang memuaskan dan sesuai yang diharapkan. Standar tersebut tertera pada *service sequence* yang ditujukan pada semua *customer*. Berikut adalah *service sequence* terhadap *customer* yang datang untuk menginap :
 - ✓ Staf *Bell Boy* membukakan pintu mobil, menanyakan apakah ada barang bawaan, dan mempersilahkan *customer* menuju *lobby*. Staf *Bell Boy* mengambil barang bawaan di dalam kendaraan, bila ada, sambil menghitung jumlah barang bawaan pada *luggage tag* dan menuju ke dekat meja *receptionist*.
 - ✓ *Customer* yang masuk ke dalam *lobby* disambut oleh staf *guest relation officer* dan diantar menuju meja *receptionist*. *Guest Relation Officer* menyajikan minuman selamat datang saat *customer* sudah duduk di meja *receptionist*.
 - ✓ *Receptionist* menanyakan pada *customer* apakah memiliki reservasi sebelumnya dan mencocokkan dengan data di

sistem. Bila *customer* tersebut merupakan *customer* yang pertama kali datang, *receptionist* meminjam KTP atau *passport customer* tersebut untuk di *photocopy* dan memasukkan data ke dalam sistem

- ✓ *Receptionist* men-*check in* kan *customer* di dalam sistem, memberikan kunci kamar, memberikan kunci kamar kepada *Guest Relations Officer*, dan memberitahu *Bell Boy* nomor kamar *customer* untuk melengkapi informasi di *luggage tag*.
- ✓ *Guest Relations Officer* mengantar *customer* ke kamar dan memastikan semua kebutuhan *customer* terpenuhi.

➤ **Team Work (Kerjasama)** : Berupaya secara konsisten membangun hubungan kerja yang sinergis dan saling menghargai dalam pencapaian visi misi perusahaan. Sehingga tercipta iklim lingkungan kerja yang kondusif, efektif, dan efisien. Hotel The Premiere selalu berusaha menumbuhkan kembangkan kreativitas setiap individu staf dalam setiap operasional dan terjalin kerja sama yang *solid* diantara staf/karyawan Hotel The Premiere. Dalam menjaga team work setiap individu staf/pegawai Hotel The Premiere, maka upaya yang dilakukan oleh pihak *public relations* Hotel The Premiere yaitu; *Sharing* motivasi kepada seluruh karyawan Hotel The Premiere dan *In House Training* sejenis pelatihan dan pengembangan kompetensi yang diberikan kepada karyawan Hotel The Premiere.

➤ **Customer Focus (Fokus pada pelanggan)** : Konsistensi dalam mengutamakan pelayanan dan kepuasan kepada *customer* Hotel The Premiere dengan selalu mengembangkan nilai-nilai inovatif, proaktif, dan cepat tanggap. Dengan selalu berprinsip memberikan pelayanan dengan memanifestasikan *tagline* dari Hotel The Premiere yaitu “*We Know How To Please You!*”. Maka daripada itu, seluruh staf/karyawan Hotel The Premiere dengan senantiasa menciptakan nuansa “*service excellent*” kepada *customer* Hotel The Premiere. Selama pengamatan penulis dilapangan perilaku yang ditunjukkan oleh staf/pegawai Hotel The Premiere dari nilai *customer focus* di antara lain adalah; mengadakan layanan kontak saran dan kritik kepada manajemen Hotel The premiere.

➤ **Helpful & Friendly (Membantu & Bersahabat)** : Secara konsisten bersikap peduli, menghargai, dan berupaya untuk memahami serta memenuhi kebutuhan *customer* secara optimal. Dengan nilai tersebut diharapkan para staf dapat mengerjakan segala hal dengan tulus dan ramah. Ini sangat penting dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para *customer*. Selama pengamatan penulis dilapangan perilaku yang ditunjukkan oleh staf/pegawai Hotel The Premiere dari nilai *helpful & friendly* di antara lain adalah; selalu bertindak cepat dan tanggap membantu calon *customer* yang akan menginap dengan membantu membawakan barang bawaan *customer*, selalu bersikap ramah dan murah

senyum di saat menyambut *customer* dengan membantu membukakan pintu masuk *lobby* Hotel The Premiere Pekanbaru, dan kegiatan postif lainnya yang di berikan kepada *customer*.

(Sumber : Wawancara dengan Ibu Eva Susanti, *Public relations* Hotel The Premiere, 12 Maret 2012).

3. Fungsi *Public Relations* dalam Mensosialisasikan Budaya Perusahaan di Hotel The Premiere Pekanbaru

Jika unit *public relations* menjadi bagian koalisi yang dominan yang menentukan arah organisasi, maka tujuan *public relations* akan menjadi tujuan organisasi. *Public Relations* mempunyai wewenang untuk memasukkan unsur tanggungjawab sosial, pemahaman publik dan komunikasi dua arah dalam seluruh kegiatan organisasi. Dengan demikian *public relations* akan memiliki peluang yang cukup besar dalam membentuk suatu hubungan jangka panjang dengan *stakeholdernya*. Hanya dengan cara ini akan lebih mudah dapat dilihat kontribusi *public relations* terhadap efektifitas perusahaan/organisasi. Sebaliknya jika eksekutif *public relations* tidak duduk dalam koalisi yang dominan, akan sulit menentukan fungsi *public relations*, betapapun pelaksana *public relations* berusaha untuk memenuhi tujuan komunikasinya.

Kajian *Excellent* dari IABC (Ananto, 2004) menekankan ada 3 faktor kunci untuk memberdayakan fungsi *public relations* secara efektif yaitu: 1) Nilai yang diberikan oleh CEO serta koalisi yang dominan dalam organisasi, 2) Peran dan perilaku dari pejabat komunikasi dan 3) Budaya organisasi. Sementara ciri fungsi *public relations* yang efektif dapat dijabarkan dalam 4 dimensi, yaitu: pemberdayaan fungsi, peranan komunikator, pengaturan fungsi komunikasi dan model *public relations*. Nilai yang diberikan kepada fungsi *public relations*.

Public Relations sangat erat kaitannya dengan budaya perusahaan, karena *public relations* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Dalam konteks ini posisi fungsi *public relations* yaitu bagaimana mengkomunikasikan program budaya perusahaan yang ingin disosialisasikan kepada *stakeholders* internal dan eksternal Hotel The Premiere Pekanbaru. Dengan hubungan tersebut diharapkan terciptanya saling pengertian dan kepercayaan serta menguntungkan bagi perusahaan dan publiknya.

Public Relations merupakan suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu dan semua ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. *Public Relations Manager* Hotel The Premiere Pekanbaru sering diminta pendapatnya tentang budaya perusahaan oleh pihak direksi *Zuri Hospitality Management*. Namun dalam menyusun dan merumuskan bukanlah tugas *Public Relations* seorang diri. Dengan bekal perumusan itu, *Public Relations Manager* Hotel The Premiere Pekanbaru dapat menyusun program sosialisasi budaya perusahaan, dengan merumuskan *fact finding, planning, communicating dan evaluation*.

Visi yang hendak dicapai *Public Relations Manager* Hotel The Premiere Pekanbaru dalam sosialisasi budaya perusahaan adalah bagaimana budaya perusahaan tersebut dapat dijiwai dalam setiap aktivitas operasional oleh setiap

pribadi staf/pegawai Hotel The Premiere Pekanbaru. Dimulai dari pembinaan kinerja pegawai, diarahkan pada suatu pencapaian tujuan perusahaan yang dilakukan dengan jalan memenuhi kebutuhan-kebutuhan di dalam perusahaan. implementasi budaya perusahaan yang dilakukan *public relations* memang sangat berperan penting untuk menciptakan kerja sama, saling pengertian, menjalin hubungan yang harmonis setiap departemen yang ada di lingkungan Hotel The Premiere Pekanbaru, sehingga jika budaya perusahaan dapat berjalan dengan baik dan diharapkan dapat membina kinerja pegawai. Tidak adanya kinerja pegawai yang baik menyebabkan suatu perusahaan tidak dapat berjalan dengan lancar maka akan menyebabkan kelumpuhan sebuah perusahaan.

4. Kegiatan Sosialisasi Budaya Perusahaan di Hotel The Premiere

Berikut adalah beberapa kegiatan yang ditemukan oleh penulis dilapangan dalam keterkaitan upaya sosialisasi budaya perusahaan yang di fasilitasi oleh pihak *Public Relations Manager* Hotel The Premiere Pekanbaru

a) *Departement Meetings*

Rapat bulanan merupakan tambahan bagi seluruh department yang ada di Hotel The Premiere, pertama rapat pimpinan puncak , kemudian tingkatan yang lain. Pada rapat ini, para manajer mendiskusikan orang-orang dan isu budaya perusahaan. Diskusi ini dalam jangka panjang akan mengatasi permasalahan dalam departemen, hubungan, dan komunikasi.

b) *Informal Networks*

Aturan dari budaya adalah “Bila orang merasakan efek dari suatu keputusan, libatkan mereka,”. Hal ini memakan waktu. Keuntungan yang dihasilkan akan segera tampak dan dapat dirasakan.

c) *One-on-one Communication*

Hubungan yang kuat merupakan pondasi dalam mengembangkan komunikasi, keputusan yang lebih baik, dari peningkatan kinerja secara keseluruhan. Manajer diharapkan diharapkan untuk meluangkan waktu satu jam dalam seminggu untuk duduk dan berbicara secara personal dengan staf untuk mengetahui kondisi staf secara lebih mendalam dan komprehensif. Proses ini memakan waktu 60 sampai 90 menit tiap minggunya dan merupakan tindakan pimpinan yang paling efektif dalam membangun budaya.

d) *Executive Coaching*

Untuk memacu motivasi staf dalam bekerja, Hotel The Premiere Pekanbaru mendatangkan seorang motivator secara berkala dan bergantian. Dengan demikian diharap mampu memotivasi staf agar mempunyai semangat bekerja (produktivitas) yang tinggi.

5. Proses Sosialisasi Budaya Perusahaan di Hotel The Premiere

Sosialisasi budaya khususnya ditujukan kepada calon staf baru Hotel The Premiere dan/atau staf yang baru saja diterima menjadi staf, karena mereka belum mengenal budaya perusahaan secara komprehensif. Ibu Eva Susanti selaku *Public Relations Manager* Hotel The Premiere menjelaskan bahwa proses sosialisasi budaya perusahaan di Hotel The Premiere secara garis besar dilakukan melalui tahap-tahap berikut :

- 1) Seleksi calon staf perusahaan per departemen di Hotel The Premiere
- 2) Penempatan staf perusahaan per departemen Hotel The Premiere
- 3) Pengalaman bidang pekerjaan
- 4) Penilaian kinerja dan pemberian penghargaan (*Reward & Punishment*)
- 5) Mananamkan kesetiaan dan kepedulian terhadap perusahaan
- 6) Memperluas cerita dan berita tentang berbagai hal berkaitan dengan budaya perusahaan Hotel The Premiere,

Yaitu melalui penyebarluasan berita tentang pemutusan hubungan kerja terhadap seseorang staf akibat penyalahgunaan kekuasaan / wewenang untuk kepentingan pribadi meskipun staf tersebut sangat potensial. Hal tersebut memberikan gambaran betapa pentingnya moral bagi setiap staf dan nilai moral ini tidak dapat ditebus dengan potensi yang dimiliki.

- 7) Pengakuan atas kinerja dan promosi

Kompensasi ini diberikan kepada staf yang mampu melaksanakan tugas, kewajiban, dan tanggung jawabnya dengan baik serta dapat menjadi teladan staf lain, khususnya staf yang baru bergabung.

(Sumber: *factsheet* Zuri Hospitality Management).

6. Proses Sosialisasi Budaya Perusahaan di Hotel The Premiere

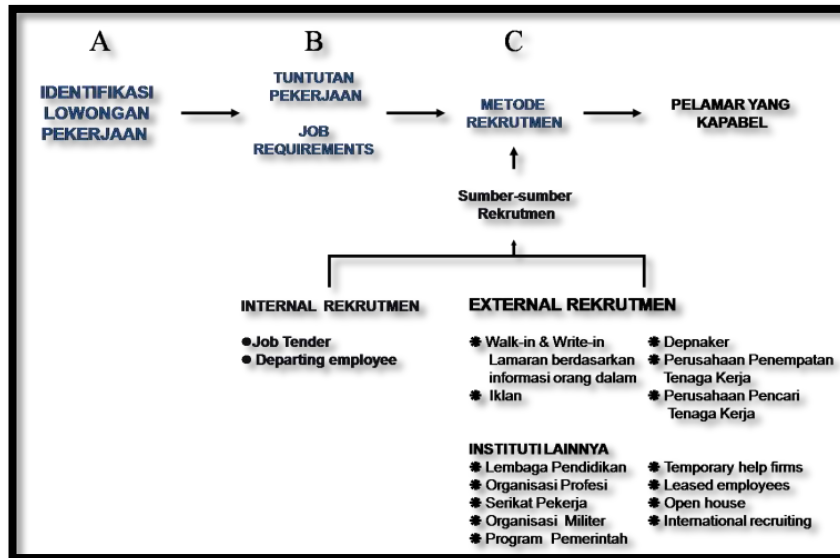
Seleksi staf baru, dengan upaya yang cermat maka dapat diharapkan perusahaan bisa mendapatkan sumber daya yang cocok dengan visi pendiri yang mempunyai potensi pengembangan diri yang besar. Tujuan dari eksplisit diproses seleksi adalah mengidentifikasi dan mempekerjakan individu-individu yang mempunyai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk melakukan pekerjaan dengan sukses di dalam perusahaan tersebut.

Upaya-upaya mensosialisasikan budaya perusahaan di Hotel The Premiere diawali dengan proses sebagai berikut :

❖ Rekrutmen, Seleksi, dan Penempatan Staf Baru

1) Rekrutmen

Proses rekrutmen adalah proses mencari, menemukan dan menarik para pelamar yang kapabel, untuk dipekerjakan dalam dan oleh suatu organisasi. Dengan upaya yang cermat maka dapat diharapkan organisasi bisa mendapatkan sumber daya yang cocok dengan visi pendiri atau yang mempunyai potensi pengembangan diri yang besar. Tujuan eksplisit dari proses seleksi adalah mengidentifikasi dan mempekerjakan individu-individu yang yang mempunyai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk melakukan pekerjaan dengan sukses di dalam organisasi itu. Praktik seleksi merupakan alat penting untuk menyampaikan informasi organisasi.



Gambar 1 : Skema Rekrutmen Hotel The Premiere

(Sumber: *fact sheet* Zuri Hospitality Management)

Didahului dengan pelatihan mendalam maka diharapkan sumber daya manusia yang baru masuk mempunyai sikap disiplin yang tinggi sehingga pada saat ditempatkan dalam unit kerja dalam kondisi siap untuk mendukung kebiasaan positif yang sudah berjalan. Didapatkan setelah memasuki masa kerja yang cukup dan pada saat itu diharapkan kebiasaan positif telah berubah dan bertransformasi melalui internalisasi sehingga membentuk budaya individual yang sesuai dengan budaya perusahaan.

2) Seleksi

Proses memilih pelamar sampai dengan memutuskan pelamar mana yang diterima atau ditolak untuk menjadi staf/karyawan

❖ Langkah-Langkah Dalam Proses Seleksi

- Penerimaan surat lamaran
- Penyelenggaraan ujian
- *Psycho-test*
- Tes Pengetahuan
- Tes Keterampilan
- Wawancara seleksi

Tipe-Tipe Wawancara :

- Tidak terstruktur
- Terstruktur
- Gabungan antara terstruktur dan tidak terstruktur
- Pemecahan masalah
- Wawancara dalam situasi stres

Proses Wawancara :

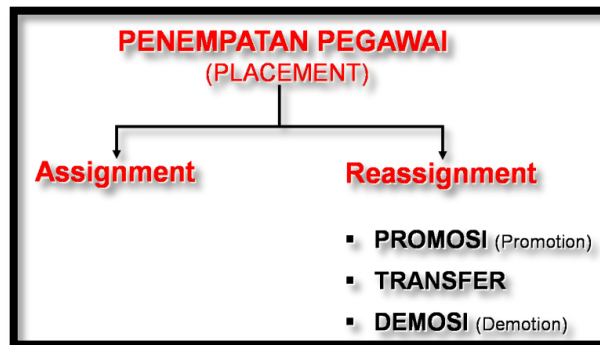
- Persiapan wawancara
- Penciptaan keserasian hubungan
- Tukar menukar informasi
- Mengakhiri wawancara

- Penilaian : menggambarkan komentar pewawancara tentang penampilan pelamar, minat yang terungkap, latar belakang, harapan, perkiraan kemampuan, pengalaman pelamar, sikap pelamar.
- Pengecekan latar belakang & surat referensi
- Evaluasi kesehatan
- Wawancara oleh *manager* yang akan menjadi atasan langsung
- Pengenalan pekerjaan
- Keputusan atas lamaran

(Sumber: *fact sheet* Zuri Hospitality Management)

3) Penempatan Staf/Pegawai

Penempatan adalah penetapan tugas (*assignment*) bagi staf/karyawan baru, atau penugasan baru (*reassignment*) bagi staf/karyawan lama. Penempatan, biasanya merupakan kewenangan dari atasan langsung (Kepala unit kerja) staf/karyawan ybs, setelah dikonsultasikan dengan manajemen. Peran dari HR Dept (unit kerja pengelola SDM) adalah memberikan saran kepada manajemen dan konseling untuk staf/karyawan yang bersangkutan.



Gambar 2: Pola Penempatan Karyawan Hotel The Premiere Pekanbaru
(Sumber: *factsheet* Zuri Hospitality Management)

❖ Program Orientasi

Mengenalkan dan meninternalisasikan seluruh nilai-nilai dan norma yang terkandung dalam “*Kredo*” yang tertuang ke dalam “*Zuri Spirit*” dengan menjadikannya sebagai acuan tindakan dari setiap insan di Hotel The Premiere. Sehingga diharapkan staf akan memiliki ketepatan, rasa cinta, rasa memiliki organisasi dan akan terhindar tindakan mencederai nama baik para pendiri, berusaha merusak organisasi baik dari dalam maupun dari luar.

Materi orientasi yang diberikan kepada staf adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan terhadap lingkungan perusahaan Hotel The Premiere
2. Pengenalan terhadap lingkungan kerja Hotel The Premiere
3. Penjelasan mengenai visi dan misi Hotel The Premiere
4. Penjelasan budaya perusahaan Hotel The Premiere
5. Penjelasan *quality* prosedur khususnya departemen yang dimasuki dan juga menjelaskan garis besar proses kerja di departemen lain.
6. Biasanya bagian HRD menggunakan kesempatan masa orientasi untuk menjelaskan tentang Peraturan Perusahaan
7. Pelatihan singkat tentang *basic skill* yang harus dimiliki staf.

(Sumber: *factsheet* Zuri Hospitality Management)

7. Program Pelatihan dan Pengembangan Yang Diselenggarakan oleh Hotel The Premiere Pekanbaru

Pelatihan merupakan proses membantu para tenaga kerja untuk memperoleh efektivitas dalam pekerjaan mereka yang sekarang atau yang akan datang melalui pengembangan kebiasaan tentang pikiran, tindakan, kecakapan, pengetahuan, dan sikap yang layak.

Hotel The Premiere selalu menyelenggarakan program pelatihan dan pengembangan staf secara berkesinambungan. Program pelatihan dan pengembangan ini diselenggarakan sesuai dengan kebutuhan para staf, dan bertujuan untuk meningkatkan produktivitas (kualitas pelayanan) para staf. Program pelatihan dan pengembangan yang diselenggarakan oleh Hotel The Premiere adalah sebagai berikut :

a. To Train Your Skill And Knowledge (Pelatihan Keterampilan dan Pengetahuan)

Pelatihan ini diikuti oleh semua staf dari *Food and Beverage Department*. *Food and Beverage Service* merupakan wajah dan nafas dari sebuah Hotel yang memegang peranan yang sangat penting. Sangat penting bagi staf *Food and Beverage* untuk mempelajari dan melatih ketrampilan yang berhubungan dengan pekerjaannya. Pelatihan ini berisi tentang hal – hal yang ada dan harus dikuasai oleh seorang staf yang tergabung dalam *Food and Beverage Department* baik tentang etika, penguasaan terhadap fasilitas yang diperlukan, jenis – jenis dan pelaksanaan program – program yang ada dalam *F & B Service*. Pelatihan diselenggarakan secara internal dengan mendatangkan pembicara / instruktur dari pihak luar.

b. Service Excellent (Pelayanan Prima)

Materi pelatihan ini adalah tentang etika untuk memberi pelayanan yang prima kepada para *customer* Hotel, meliputi bagaimana menciptakan pelanggan yang loyal melalui *service excellent*, cara untuk mengatasi kesenjangan dalam kualitas pelayanan yang mengakibatkan terjadinya ketidaksesuaian antara harapan para *customer* dengan pelayanan yang diberikan, etika yang benar dalam memberi pelayanan dan berkomunikasi dengan *customer* dan sebagainya. Program ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dari para staf Hotel The Premiere Pekanbaru. Pelatihan diselenggarakan selama 1 (satu) hari di Hotel The Premiere, dengan pembicara dari pihak eksternal dan diikuti oleh seluruh staf dari semua departemen - departemen yang ada di Hotel The Premiere.

c. Pengembangan Kompetensi Staf

Tidak semua staf yang bekerja di Hotel The Premiere mempunyai latar belakang pendidikan perhotelan atau pariwisata, oleh sebab itu untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para staf diselenggarakan berbagai pelatihan dan pengembangan yang diperlukan untuk menunjang peningkatan produktivitas kerja mereka, meliputi : *table manner*, *greetings*, penguasaan bahasa asing (inggris), dan lain – lain. Pembicara pelatihan berasal dari pihak internal dan eksternal Hotel The Premiere.

❖ Program Evaluasi

Dilakukan dengan cermat sesuai dengan tata nilai yang telah disepakati, maka akan membuka peluang untuk mencintai dan menyayangi perusahaan dan menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) organisasi yang tinggi. Untuk dapat memberikan pengakuan, Hotel The Premiere memiliki kriteria/ukuran baku yang diterapkan secara konsisten serta sebagai barometer sejauh mana keberhasilan dari proses sosialisasi budaya perusahaan.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, unsur-unsur budaya perusahaan yang dimiliki oleh Hotel The Premiere adalah *Integrity, Professional, Team Work, Innovative, dan Helpful & Friendly*. Nilai-nilai budaya ini disosialisasikan oleh Hotel The Premiere di kalangan staf /pegawai agar sesuai dengan yang visi dan misi oleh Hotel The Premiere. Sosialisasi budaya perusahaan ini dilakukan melalui ritus dan ritual seperti rapat-rapat, *morning brifieng*, acara penghargaan bagi staf berprestasi seperti *employee of the month*, dll. namun ada beberapa media seperti intranet dan majalah internal yang seharusnya sangat efektif sebagai alat sosialisasi budaya perusahaan di kalangan staf/pegawai, belum digunakan semaksimal mungkin.

Seorang *Public Relations* mempunyai fungsinya yaitu sebagai komunikator yang berperan menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan dari suatu perusahaan dapat tercapai, maka bila dikaitkan dengan penelitian ini, penulis merumuskan bahwa kegiatan sosialisasi budaya perusahaan merupakan sebuah bagian penting, agar komunikasi yang dilancarkan oleh *public relations* Hotel The Premiere dengan sasaran pihak internal bisa berjalan dengan baik, Bapak Agung Wahono sebagai *key informan* menjelaskan,

“Kegiatan sosialisasi tersebut harus dilakukan secara rutin tiap tahunnya. Ini bertujuan untuk merubah pola pikir atau *c`ultural set* yang bersifat konservatif. Ada budaya perusahaan, maka akan tercipta disiplin, inovasi, memiliki integritas, dan berkinerja tinggi”.

Penulis dapat menyimpulkan dari penjelasan di atas, bahwa secara keseluruhan kegiatan yang dilibatkan oleh *Public Relations Manager* Hotel The Premiere dengan mengadakan kegiatan sosialisasi budaya perusahaan, adalah suatu bentuk komunikasi internal dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku dan sikap individu dari staf/pegawai, serta bisa mentaati peraturan yang telah dibuat oleh perusahaan tersebut.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan wawancara mendalam (*Depth Interview*) dengan dua *key informant* dan tiga *informant*. Untuk *key informan* sendiri adalah Ibu Eva Susanti, selaku *Public Relations Manager*, dimana dia yang merancang kegiatan sosialisasi budaya perusahaan dan juga *key informan* yang kedua adalah Bapak Agung Wahono selaku *Manager HRD&Security* dan Ibu Gusti Rahayu selaku *Officer HRD* dalam hal ini pihak tersebut saling bekerjasama dalam mengadakan kegiatan sosialisasi budaya perusahaan berdasarkan formula yang telah dirumuskan secara bersama dengan pihak *top mnagement* Hotel The Premiere Pekannaru.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang akurat, penulis juga melakukan wawancara dengan tiga informan. Dalam penelitian ini informan adalah staf/pegawai Hotel The Premiere yang pernah terlibat secara langsung dalam kegiatan sosialisasi budaya perusahaan tersebut. Dari hasil pengamatan penulis

selama dilapangan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi budaya perusahaan yang terjadi dilingkungan Hotel The premiere sudah berjalan cukup baik dan merupakan salah satu kegiatan yang diadakan oleh *public relations* Hotel The Premiere agar dapat mengubah perilaku dan sikap setiap individu, agar bisa menjalankan tugas dan fungsinya sesuai dengan bagiaannya masing-masing. Lanjut Ibu Eva Susanti menambahkan, :

“Hotel The Premiere selalu menyelenggarakan program pelatihan dan pengembangan staf secara berkesinambungan. Program pelatihan dan pengembangan ini diselenggarakan sesuai dengan kebutuhan para staf, dan bertujuan untuk meningkatkan produktivitas (kualitas pelayanan) para staf/karyawan tersebut”.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang sudah dijelaskan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hotel The Premiere Pekanbaru memiliki lima nilai dasar budaya perusahaan yang berusaha ditanamkan dalam tubuh perusahaan. Nilai- nilai tersebut meliputi *Integrity, Professional, Team Work, Innovative, Helpful & Friendly*
2. Fungsi *public relations* Hotel The Premiere Pekanbaru berperan strategis dalam mendukung keberhasilan sosialisasi budaya perusahaan. Melalui kegiatan sosialisasi diharapkan untuk menanamkan dan memberikan pemahaman nilai-nilai budaya perusahaan kepada staf/karyawan, sehingga akan tumbuh kreativitas dan kegiatan inovatif yang berdampak pada tingginya kinerja perusahaan secara keseluruhan.
3. Budaya perusahaan Hotel The Premiere Pekanbaru masih belum dilaksanakan sepenuhnya oleh staf/karyawanHal ini terkait dengan pengenalan nilai-nilai tersebut hanya pada saat awal masuk menjadi staf dan tidak ada program khusus yang memonitor penerapan budaya perusahaan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang sudah dijelaskan, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Agar kegiatan sosialisasi budaya perusahaan diketahui oleh para staf/pegawai, maka harus ada publikasi melalui poster,*pamflet*,buku pedoman, dan spanduk.
2. Dalam menjalankan sosialisasi budaya perusahaan agar dapat melibatkan pihak eksternal, seperti pihak *consulting* agar berperan dalam mengawasi

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2005. *Metode penelitian Kualitatif*. Jakarta: Predana Mulia.
- Cangara, Hafied. 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: remaja rosdakarya.

- _____. 1993. *Human Relation dan Publik Relation*. Mandar Maju: Bandung
- _____. 1998. *Hubungan masyarakat suatu studi komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Severin, Wener J dan James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan do Dalam Media Massa*. Jakata: Prenada Media.
- Soemirat, Betty RFS dan Eddy Yehuda. 2005. *Opini Publik*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lull, James. 1998, *Media Komunikasi Kebudayaan*, obor, Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Partanto, Pius A dan M. Dahlan Al Barry. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Angkasa. 1994.
- _____. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2004. *Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- West, Richard dan Lttn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanka.
- Bass, B. M. Avolio, B. J., 1993, *Transformational Leadership and Organizational Culture*, PAQ, Spring, pp. 112-121.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H., Jr., 1994, *Organizations: Behavior, Structure, and Process*, 8th Ed., Boston: Irwin.
- Greenberg, J., & Robert, A.B., 1995,; *Behavior in Organizational Understanding and Managing The Human Side of Work*, 5th Ed., New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.