

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam dunia kerja penting bagi suatu karyawan untuk mempunyai wawasan, pengetahuan, dan keterampilan yang baik mengenai pekerjaan yang digeluti. Di samping itu, kebutuhan dan keinginan dari karyawan juga penting dipenuhi agar produktivitas kerja karyawan semakin meningkat setiap harinya. Produktivitas kerja sendiri merupakan hasil yang diberikan atau *output* yang dihasilkan oleh suatu karyawan (Irmawati, 2015, p. 123). Penting bagi suatu perusahaan mempunyai karyawan yang mempunyai produktivitas yang baik. Apabila produktivitas kerja karyawan menurun tentunya memberikan hasil yang kurang baik bagi suatu perusahaan dan apabila tidak diatasi segera dapat menyebabkan hambatan serta penurunan hasil bagi perusahaan itu sendiri (Irmawati, 2015, p. 124).

Selain karyawan, perusahaan juga harus memperhatikan serta menjalin hubungan dengan *partner* kerjasamanya. Hal ini penting dilakukan agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari hasil hubungan timbal balik. Lebih lanjut, karyawan merupakan bagian dari publik internal sedangkan *partner* kerjasama suatu perusahaan merupakan bagian dari publik eksternal. Publik internal dan publik eksternal sendiri merupakan bagian dari *public relation*. Dalam buku yang ditulis Cutlip dan Center (2006) yang berjudul “*Effective Public Relation*” menjelaskan bahwa *public relation* sangat penting bagi suatu perusahaan dan faktor penentu apakah perusahaan tersebut dapat sukses atau gagal dalam menjalankan perusahaannya karena *public relation* sendiri merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun serta mempertahankan hubungan yang baik antara suatu perusahaan dengan publik baik itu publik internal maupun publik eksternal (Arnus, 2013, p. 113). Maka dari itu, agar suatu perusahaan dapat terus berkembang ke arah yang lebih baik, penting untuk memperhatikan karyawan dan *partner* kerjasama dengan cara membangun, membina serta meningkatkan hubungan.

Sesuai dengan penjelasan di atas, memenuhi kebutuhan, keinginan karyawan, menjalin kerjasama dengan *partner* kerjasama merupakan tugas utama dari Human Resources Development (HRD) dalam membangun, membina serta meningkatkan hubungan yang baik dengan publik internal dan publik eksternal. Dimana penulis sendiri merupakan seorang HR *trainee* di JW Marriott Surabaya yang mulai bekerja dari 11 Juli 2022 hingga 10 Oktober 2022. Terhitung penulis magang sebagai HR *trainee* selama 91 hari atau 3 bulan 1 hari, tidak termasuk hari kerja yaitu sabtu dan minggu. Jika hanya dihitung hari kerja yaitu senin-jumat dan tanpa *work from home*, terhitung penulis magang sebagai HR *trainee* selama 66 hari. Alasan penulis mengambil magang di bagian HRD JW Marriott Surabaya karena penulis ingin mengembangkan potensi dan ilmu yang sudah diajarkan dalam hal *public relation, public speaking, design*, dan edit video dan penulis yakin bahwa ilmu yang sudah didapat saat di kelas harus dipraktikkan karena saat praktik di lapangan terutama di dunia kerja banyak hal yang terjadi yang belum pernah terbayangkan, didapat sebelumnya.

JW Marriott Surabaya sendiri terletak di Jalan Embong Malang No.85-89, Surabaya, Jawa Timur, 60261 dan merupakan salah satu dari lima hotel bintang 5 yang ada di Surabaya. Kelima hotel tersebut adalah JW Marriott Hotel Surabaya, Vasa Hotel Surabaya, Shangri-La Hotel Surabaya, Sheraton Hotel Surabaya, dan Westin Hotel Surabaya. Sebagai salah satu dari kelima hotel bintang 5 lima yang ada di Surabaya, tentunya JW Marriott Surabaya sangat mengutamakan unsur *luxury*, kenyamanan, dan mengutamakan kepentingan tamu sebagai prioritas pertamanya. Tidak heran, jika JW Marriott Hotel Surabaya selalu mempunyai tamu yang ramai menginap hampir setiap harinya dan menjadi hotel dengan pendapatan terbesar di Surabaya di tengah pandemi Covid-19 saat ini.

Banyak orang beranggapan ketika seseorang bekerja di HRD, tugasnya hanya mengurus karyawan saja (lebih banyak mengurus data atau biasa disebut admin, gaji, jam masuk kerja/checkclock). Namun, sebenarnya tugas seorang HRD itu kompleks. Perlu diketahui bahwa dalam lingkup kerja HRD ada 2 cabang divisi yaitu HR *Executive* dan HR *Learning & Development* atau biasa disingkat dengan

HR L&D. Seorang HR *Executive* lebih banyak bekerja dalam hal merekrut karyawan berdasarkan hasil tes saat melamar (melihat hasil tes), mengolah, menginput data karyawan, mengurus gaji karyawan, dsb. Sedangkan seorang HR L&D lebih banyak bekerja dengan bertemu banyak orang. Contohnya dalam konteks publik internal, seorang HR L&D memberikan penjelasan kepada karyawan baru mengenai JW Marriott Hotel Surabaya, melakukan konsultasi dengan karyawan yang mempunyai kendala atau masalah selama bekerja. Sedangkan dalam konteks publik eksternal, seorang HR L&D melakukan kunjungan, melakukan interview dengan calon *trainee* di sekolah, universitas untuk mendapatkan *trainee* baru sebagai bentuk kerjasama dengan sekolah atau universitas tersebut.

Saat penulis magang di JW Marriott Hotel Surabaya, penulis ditempatkan di bagian HR L&D dimana penulis telah mendapatkan pengertian yang lebih luas melalui 3 kata yang bisa mewakili tugas HR dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan karyawannya. 3 kata tersebut yaitu membangun, membina, serta meningkatkan. Tentunya, ketiga kata tersebut penulis dapatkan berdasarkan pengalaman penulis selama magang di HRD JW Marriott Surabaya. Saat magang di sini, seorang *trainee* diharuskan untuk mempunyai kemampuan *public relation* dan *public speaking* yang baik dengan publik internal (*associate*, *trainee*) maupun juga publik eksternal (sekolah, universitas). Contoh dengan publik internal yaitu di tengah waktu orientasi bagi *trainee* baru, saya mengajak keliling Hotel (Hotel Tour) sekaligus menjelaskan mengenai apa saja *outlet*, *room*, serta departemen apa saja yang ada di JW Marriott Hotel Surabaya; sewaktu ada *trainee* baru yang masuk magang hari pertama, seorang *trainee* HR mendaftarkan *finger print*, dan menjelaskan fungsi wajibnya, memberikan contoh membuka *locker room*, menukarkan *trainee* id ke laundry untuk mengambil seragam (khusus untuk departemen operasional), serta menjelaskan fungsi *name tag*, *griffin*, dan *service note* JW Marriott Hotel Surabaya. Contoh dengan publik eksternal yaitu melakukan *chat* dengan guru atau dosen pendamping *trainee* dimana menanyakan jadwal *interview* dengan departemen terkait dan HR, menanyakan jadwal bertemu dengan *associate* HR baik itu untuk konsultasi secara pribadi ataupun guru atau dosen

pendamping *trainee* tersebut ingin melakukan kunjungan ke JW Marriott Hotel Surabaya; melakukan sosialisasi serta promosi ke sekolah dan universitas untuk mencari *trainee* baru sebagai bentuk kerjasama yang saling menguntungkan, dan apabila sudah mendapatkan *trainee* baru dari sekolah atau universitas yang dikunjungi tersebut, seorang HR dengan aktif selalu berkomunikasi baik secara tatap muka ataupun melalui sosial media dengan pihak sekolah atau universitas tersebut agar di lain waktu, JW Marriott Surabaya bisa mendapatkan *trainee* baru dari sekolah atau universitas tersebut.

Selain kemampuan *public relation dan public speaking*, kemampuan untuk membuat dan mengedit video, mendesign poster juga diperlukan saat saya magang di JW Marriott Hotel Surabaya. Contohnya, saya membuat poster mengenai berita duka saat ada *associate* atau keluarganya yang meninggal dunia, membuat poster mengenai kelahiran anak saat ada *associate* atau keluarganya yang melahirkan anak kemudian ditempel di board dan dimasukkan ke dalam *daily rehearsal*, membuat poster Top 10 *Leaderboard* Stepathlon, membuat poster Pinktober, *Road To Give* 2022 kemudian dimasukkan ke dalam *daily rehearsal*, membuat dan mengedit video *General Session* Q3 2022, Upacara HUT RI 77 Tahun Kemerdekaan RI, *Team Building*, *International Housekeeping Week* (IHW), Pinktober, dan *Road To Give* 2022 kemudian ditayangkan di TV lantai L JW Marriott Surabaya.

Dari beberapa contoh di atas, HR JW Marriott Surabaya ingin memperhatikan setiap *detail* aktivitas yang terjadi serta penopang kesuksesan dibalik keramaian tamu menginap di JW Marriott Surabaya. Sosok penopang kesuksesan tersebut adalah *associate*, *casual*, dan *trainee* yang selalu bekerja setiap hari terutama untuk bagian operasional. Perhatian tersebut diberikan sebagai bentuk kepedulian, dukungan, dan penghargaan agar apabila mereka merasa diperhatikan, dihargai kinerjanya, mereka dapat merasa senang dan kinerja pun menjadi meningkat.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang penulis jalani adalah *Human Resources Department* (HRD) atau Divisi Sumber Daya Manusia, dimana penulis ditempatkan di bagian *HR Learning & Development* yang memiliki frekuensi untuk bertemu, berinteraksi dengan publik internal dan publik eksternal lebih banyak dibandingkan dengan *HR Executive*. *Human Resources Department* (HRD) juga mempunyai tugas dan peranan penting dalam membangun, membina serta meningkatkan hubungan yang baik dengan publik internal dan publik eksternal. Publik internalnya adalah *associate*, *casual*, dan *trainee*. Publik eksternalnya adalah dengan guru atau dosen dari sekolah atau universitas. Contoh dengan publik internal yaitu di tengah waktu orientasi bagi *trainee* baru, saya mengajak keliling Hotel (Hotel Tour) sekaligus menjelaskan mengenai apa saja *outlet*, *room*, serta departemen apa saja yang ada di JW Marriott Hotel Surabaya; sewaktu ada *trainee* baru yang masuk magang hari pertama, seorang *trainee* HR mendaftarkan *finger print*, dan menjelaskan fungsi wajibnya, memberikan contoh membuka *locker room*, menukarkan *trainee* id ke laundry untuk mengambil seragam (khusus untuk departemen operasional), serta menjelaskan fungsi *name tag*, *griffin*, dan *service note* JW Marriott Hotel Surabaya, membuat poster mengenai berita duka saat ada *associate* atau keluarganya yang meninggal dunia, membuat poster mengenai kelahiran anak saat ada *associate* atau keluarganya yang melahirkan anak kemudian ditempel di board dan dimasukkan ke dalam *daily rehearsal*, membuat poster Top 10 Leaderboard Stepathlon, membuat poster Pinktober, Road To Give 2022 kemudian dimasukkan ke dalam *daily rehearsal*, membuat dan mengedit video General Session Q3 2022, Upacara HUT RI 77 Tahun Kemerdekaan RI, Team Building, International Housekeeping Week (IHW), Pinktober, dan Road To Give 2022. Sedangkan, contoh dengan publik eksternal yaitu saya melakukan *chat* dengan guru atau dosen pendamping *trainee* dimana menanyakan jadwal *interview* dengan departemen terkait dan HR, menanyakan jadwal bertemu dengan *associate* HR baik itu untuk konsultasi secara pribadi ataupun guru atau dosen pendamping *trainee* tersebut ingin melakukan kunjungan ke JW Marriott Hotel Surabaya; melakukan sosialisasi serta promosi ke sekolah dan universitas untuk mencari *trainee* baru.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Penulis ingin mendapatkan pengetahuan mengenai tugas apa saja yang harus dikerjakan dan dilakukan sebagai seorang HR, dan yang paling penting penulis ingin mendapatkan pengalaman sebanyak-banyaknya bagaimana cara bekerja dan dunia kerja yang sesungguhnya, beradaptasi dengan berbagai tipe kepribadian orang. Selama penulis magang sebagai seorang HR *trainee*, penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman baru yang belum pernah penulis dapatkan sebelumnya atau penulis memang belum menyadari bahwa itu menjadi kekurangan penulis selama ini. Sehingga melalui magang yang penulis jalani, penulis banyak tahu dan sadar apa saja kesukaan, kelebihan serta kekurangan penulis selama ini. Sesuai dengan divisi magang penulis *Human Resources Department*, tidak hanya di luar seorang HR yang melakukan tugasnya agar karyawan mendapatkan manfaatnya, tetapi juga manfaat itu dirasakan oleh penulis sendiri sebagai seorang HR *trainee*.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

1. Mendapatkan wawasan dan pengetahuan baru seputar *Human Resources Department*. Kewajiban apa yang harus dijalankan, tugas apa yang harus dilakukan, bagaimana cara bekerja di lingkup HR JW Marriott Hotel Surabaya.
2. Menyadarkan kesukaan, kelebihan, dan kekurangan penulis yang selama ini belum terlalu penulis sadari.
3. Mengasah *soft skill*, menempa kepribadian penulis menjadi tahan uji ditengah kondisi sulit sekalipun.
4. Mengetahui cara bekerja dan dunia bekerja sesungguhnya.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Public Relation

Public relation merupakan suatu lembaga atau perorangan yang mempunyai tugas melakukan hubungan yang baik dengan pihak dalam dan pihak luar perusahaan untuk mendapatkan suatu pengertian, kepercayaan, dan *goodwill* dari masyarakat dengan menggunakan perencanaan yang dimiliki. Fungsi dari *public relation* adalah untuk menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik diantara lembaga atau perusahaan atau organisasi dengan publiknya untuk mendapatkan pengertian yang baik, dan menumbuhkan motivasi publiknya (Adawiyah, 2020, p. 1). Dalam *public relation*, tanggung jawabnya secara mendasar dipunyai oleh pimpinan puncak (*Top Management*). Dengan adanya *public relation*, diharapkan dapat membantu suatu lembaga atau perusahaan atau organisasi dengan menjadi mata, telinga, dan tangan kanan pimpinan puncak perusahaan (Adawiyah, 2020, p. 2).

(Adawiyah, 2020, pp. 4–5) Adapun tujuan *public relation* dalam suatu lembaga atau perusahaan atau organisasi, diantaranya:

- a) Bertanggung jawab membangun citra yang baik dan positif di mata publik.
- b) Membangun *goodwill* terhadap *stakeholder*.
- c) Membangun opini publik.
- d) Membangun relasi yang baik dengan media.

(Gurning, 2018) Menurut Effendy (2006) dalam bukunya yang berjudul “Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi” menjelaskan bahwa publik sasaran dari *public relations* dibagi menjadi 2 kelompok besar yaitu:

a) *Public Internal*

Public internal terdiri dari orang-orang yang bekerja di dalam suatu organisasi (perusahaan, instansi, lembaga, badan, dsb) yang mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu dalam organisasi tersebut.

b) *Public Eksternal*

Public eksternal terdiri dari orang-orang atau anggota-anggota masyarakat yang berada di luar organisasi, dimana mereka mempunyai kaitan atau diduga mempunyai kaitannya dengan organisasi tersebut.

Menurut Ruslan (2010) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi” menjelaskan bahwa aktivitas *public relation* dalam sebuah perusahaan antara lain:

a) Membina hubungan dengan *public internal*

Public internal yang dimaksud adalah publik yang menjadi bagian dari suatu unit atau badan atau perusahaan itu sendiri. Tugas seorang PR adalah mampu untuk mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang memberikan pengaruh negatif di dalam perusahaan.

b) Membina hubungan dengan *public eksternal*

Public eksternal yang dimaksud adalah masyarakat. Tugas seorang PR adalah menumbuhkan sikap dan citra publik yang positif terhadap perusahaan yang diwakilinya.

(Gurning, 2018) Terdapat juga beberapa aktivitas yang secara khusus dirancang sebagai rangkaian dalam kegiatan *public relation*, diantaranya:

a) *Special Event*

Special event adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan hubungan timbal balik yang positif dan mendapatkan perhatian khusus dari publiknya; untuk menciptakan citra yang positif bagi perusahaan yang diwakilinya. Terdapat tiga jenis kegiatan dalam *public relation* yaitu, acara peresmian, acara peringatan tertentu, dan acara komersial (*launching* produk baru) atau non komersial (hubungan komunitas sosial)

b) *Gathering*

Gathering adalah kegiatan berkumpul bersama yang dilakukan untuk keluarga besar, suatu komunitas maupun perusahaan guna *refreshing* dalam satu

waktu tertentu dan satu lokasi (*indoor* maupun *outdoor*) sehingga hubungan kekerabatan, kekeluargaan, dan tali silaturahmi tetap terjaga

Employee gathering adalah kegiatan berkumpul bersama untuk *refreshing* yang melibatkan pihak-pihak internal (karyawan) yang telah bekerja dan ikut memajukan perusahaan. Biasanya dalam kegiatan *employee gathering*, karyawan berlibur ke tempat wisata, beryanyi bersama, melakukan *game*, dsb.