

Peran *Employee Relations* Dalam Upaya Pencapaian Visi dan Misi Best Western Premier Solo Baru

Yusia Putriani

Abstraksi

Article submitted
2017-08-09

Mianto Nugroho Agung
Editor decision submitted
2017-12-07

Employee relations merupakan kegiatan yang berfungsi untuk membangun hubungan komunikasi di kalangan publik internal sebuah organisasi sebagai upaya untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Karyawan merupakan aset yang penting bagi perusahaan untuk dikelola selain aset materi. Sebagai salah satu usaha di bidang perhotelan, Best Western Premier Solo Baru juga melaksanakan kegiatan *employee relations* untuk mencapai visi dan misinya. Sejak diresmikan pada 15 Desember 2015, Best Western Premier Solo Baru mengadakan beberapa kegiatan *employee relations* untuk para karyawannya sebagai sarana untuk mengembangkan hubungan di antara para karyawan terkait dengan visi dan misi Best Western yang ingin dicapai. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif di mana pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap narasumber dan melakukan observasi. Melalui penelitian ini, menjawab pertanyaan mengenai apa saja *employee relations* yang dilakukan Best Western Premier Solo Baru, makna di balik visi dan misi Best Western Premier Solo Baru, dan hubungan antara kegiatan *employee relations* yang dilakukan sebagai upaya pencapaian visi dan misi Best Western Premier Solo Baru. Dari Penelitian ini, didapatkan data bahwa untuk mencapai visi dan misi, *employee relations* dilakukan dengan cara menanamkan nilai-nilai budaya organisasi Best Western, yaitu I-CARE serta melakukan 12 komitmen kerja yang ada di Best Western.

Abstract

Employee relations is an activity that serves to build communication relations within the internal public of an organization in an effort to achieve the goals of the organization. Employees are an important asset for companies to manage besides the material assets. As one of hospitality industry, Best Western Premier Solo Baru also conducts employee relations activities to achieve its vision and mission. Since it was inaugurated on December 15, 2015, Best Western Premier Solo New held employee relations activities for its employees as a mean to develop relationships among employees related to the vision and mission of Best Western that has to be achieved. This research uses qualitative research methods. Data retrieval is done by interviewing informants and do direct observation. Through this research will answer questions about what employees' relations which are conducted by Best Western Premier Solo Baru, the meaning behind the vision and mission of Best Western, and the relation between employee relations activities as an effort to achieve vision and mission of Best Western. From this research, will be obtained the data that to achive vision and mission, employee relations is done by embedding the values of Best Western's organization culture, I-CARE and performing 12 work commitments at Best Western.

Key words: *Best Western Premier, Solo Baru, Employee Relations, Vision and Mission*

Pendahuluan

Setiap perusahaan mempunyai visi dan misi tertentu yang ingin dicapai. Untuk mencapai visi dan misi tersebut, maka dibutuhkan kerja sama dan komunikasi yang kuat di antara sumber daya manusianya. Visi dan misi merupakan komponen yang sangat penting dalam kelangsungan organisasi atau perusahaan. Setiap pegawai yang bekerja dalam sebuah perusahaan wajib memahami serta menghidupi visi dan misi perusahaannya supaya tetap solid antara apa yang dikerjakan pegawai dan apa yang menjadi tujuan perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan tercapainya suatu visi dan misi pada perusahaan bergantung dari bagaimana para pegawainya menghidupi dua hal tersebut dalam pekerjaan mereka.

Melihat hal ini, perusahaan tentunya terus berupaya mengatur strategi dan inovasi untuk mempertahankan kualitas hubungan antar pegawainya. Salah satunya dengan mengelola kegiatan *employee relatios*. *Employee relations* merupakan kegiatan untuk menunjang hubungan antar karyawan yang mencakup semua level dan sebagai salah satu sarana komunikasi yang efektif bagi internal perusahaan. Pendekatan-pendekatan *employe relations* dibutuhkan agar hubungan antar karyawan terjalin dengan baik sehingga dapat terbentuk komunikasi yang baik pula guna mencapai

tujuan dalam visi dan misi perusahaan.

Dalam melakukan penelitian mengenai *employee relations* ini, penulis mengambil tempat di Best Western Premier Solo Baru, yang merupakan salah satu *member* dari *the world's largest international hotel chain*, Best Western, yang berpusat di Amerika Serikat. Di Indonesia, manajemen Best Western Premier Solo Baru berpusat di Jakarta. Best Western Premier Solo Baru Hotel diresmikan pada tanggal 15 Desember 2015, dan merupakan hotel yang terletak di jantung bisnis dan *entertainment*, Solo Baru.

Sebagai hotel yang menjunjung tinggi pelayanan pelanggan, Best Western memiliki visi, yaitu: *To lead the industry in superior customer care*, yang artinya memimpin industri dalam pelayanan unggulan. Sedangkan misi, yaitu: *Enhance brand equity and increase member value*, yang berarti meningkatkan *brand equity* dan meningkatkan nilai anggota. Nilai-nilai yang terkandung dalam visi dan misi tersebut diturunkan ke dalam budaya organisasinya, yaitu, *I-CARE (Interact - Can do - Ask Question - Resolve the problem - Express gratitude)*. Inilah kemudian yang menjadi menarik untuk menjadi objek penelitian. Peneliti ingin mengetahui pendekatan *employee relations* seperti apa yang dilakukan oleh Best Western Premier Solo Baru agar para karyawannya dapat mencapai tujuan organisasi yang terkandung di dalam visi dan misinya.

Tinjauan Pustaka

Employee Relations

Dalam buku *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Ruslan, 2010: 271), dijelaskan bahwa dalam dunia *Public Relations* dikenal hubungan masyarakat internal (*employee relations*), yaitu publik yang terdiri dari para pekerja yang menjadi bagian utama dari unit usaha, perusahaan, atau instansi itu sendiri. Para pegawai merupakan aset perusahaan yang penting untuk kelangsungan perusahaan dan pencapaian visi dan misi dari perusahaan tersebut.

Employee relations merupakan sarana teknis atau suatu kegiatan metode komunikasi yang memiliki kekuatan mengelola sumber daya manusia dan lain sebagainya demi pencapaian tujuan organisasi. Hal tersebut berguna untuk meningkatkan produktivitas perusahaan baik dilihat secara kuantitas maupun kualitas, bentuk produk-produk barang atau pemberian jasa yang ditawarkan kepada publik sasarannya.

Fungsi *Employee Relations*

Dalam bukunya Ruslan juga menyampaikan maksud dan tujuan diadakannya kegiatan *employee relations* (2010: 277), antara lain sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dalam hal ini, *employee relations* ditujukan untuk membangun interaksi satu sama lain antar karyawan perusahaan.

Kemudian yang kedua, untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dan para karyawan. Kegiatan *employee relations* dibuat dengan tujuan salah satunya adalah agar terbentuknya komunikasi

timbang balik. Dengan adanya komunikasi timbal balik yang berlangsung di kalangan karyawan di semua level, maka kesalahpahaman bisa terminimalisir dan tidak adanya hambatan komunikasi yang kompleks.

Yang ketiga, kegiatan *employee relations* sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturan, dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi perusahaan. Misalnya dengan *Employee Training*, semua karyawan dikumpulkan untuk sosialisasi hal-hal yang berkaitan atau akan diberlakukan di perusahaan.

Employee Relations juga sebagai media komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan. Kegiatan *employee relations* membangun dan memelihara komunikasi yang terjalin antara atasan bawahan atau sebaliknya. Hal ini memungkinkan setiap pegawai yang bekerja dalam perusahaan menyampaikan kritik, saran, atau masukan kepada pihak manajemen perusahaan agar bisa dijadikan refleksi untuk berlangsungnya proses manajemen.

Program *Employee Relations*

Ada beberapa contoh program yang termasuk dalam kegiatan *employee relations* menurut Ruslan (2010: 278), misalnya program pendidikan. Program pendidikan bisa diwujudkan melalui kegiatan pelatihan pegawai (*employee training*) yang ditujukan untuk meningkatkan kinerja dan ketrampilan karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya. Melalui pelatihan ini, karyawan diharapkan mampu membantu perusahaan dalam upaya pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

Selain pendidikan dan pelatihan, terdapat program yang dikenal dengan *Achievement Motivation Training*. Dalam pelatihan tersebut, karyawan diharapkan dapat menemukan motivasi dan prestasi kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas tinggi. Sebagai salah satu tumpuan penting dalam berjalannya manajemen suatu perusahaan, kegiatan *employee relations* juga mampu menjadi wadah pengembangan motivasi terkait dengan kinerja pegawainya. Sebab untuk mencapai produktivitas yang tinggi, pegawai membutuhkan motivasi yang baik untuk mengerjakan pekerjaannya.

Menghargai kinerja pegawai juga menjadi salah satu instrumen penting dalam membentuk hubungan yang baik antara pegawai. Hal ini diwujudkan dengan memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi atau yang mengabdikan cukup lama terhadap perusahaan. Penghargaan yang diberikan akan menimbulkan rasa memiliki yang tinggi dari karyawan terhadap perusahaan.

Employee relations tidak selalu tentang komunikasi yang berkaitan dengan pekerjaan. Acara-acara khusus seperti event ulang tahun perusahaan, lomba, dan piknik bersama turut membantu terbentuknya interkasi dan iklim komunikasi yang baik antar pegawai dari semua level.

Komunikasi langsung atau tatap muka memang efektif, namun akan lebih baik bila di dukung dengan program media komunikasi, misalnya buletin, *news release*, atau majalah internal yang berisikan pesan, informasi, dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antarkaryawan atau perusahaan dan pimpinan.

Arus Komunikasi Internal Organisasi

Berikut ini adalah 3 jalur komunikasi internal yang efektif, disampaikan oleh Ruslan (2010: 275):

Pertama, Komunikasi arus ke bawah (*downward communications*). Komunikasi arus ke bawah berasal dari pihak manajemen kepada karyawan. Selain berarti komunikasi formal yang menyangkut mengenai pekerjaan atau sebagai yang menunjukkan hierarki komunikasi dalam manajemen.

Kedua, komunikasi arus ke atas (*upward communications*). Komunikasi arus ke atas berasal dari karyawan kepada pihak manajemen. Komunikasi dapat berupa laporan pekerjaan, ide, gagasan, atau saran dari karyawan kepada pihak manajemen.

Ketiga, Komunikasi sejajar (*Sideways communications*) Komunikasi sejajar berlangsung antarkaryawan. Komunikasi bisa dalam bentuk informasi mengenai pekerjaan, bisa juga hal-hal di luar pekerjaan, misalnya aktivitas olahraga, keagamaan, kesejahteraan, dan aktivitas sosial kepegawaian.

Faktor Psikologis yang Memengaruhi Perilaku Manusia

Menurut Jalaluddin Rakhmat, ada beberapa faktor psikologis yang memengaruhi perilaku manusia, salah satunya adalah faktor sosiopsikologis. Kita dapat mengklasifikasikannya ke dalam tiga komponen, yaitu: Komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konatif.

Dalam komponen afektif, terdapat aspek sikap. Pertama sikap adalah kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, namun merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap (benda, orang, tempat, gagasan atau situasi, atau kelompok).

Dalam komponen kognitif, ada aspek yang disebut dengan kepercayaan. Kepercayaan bisa bersifat rasional dan irrasional. Kepercayaan memberikan perspektif pada manusia dalam mempersepsi kenyataan, memberikan dasar bagi pengambilan keputusan dan menentukan sikap terhadap objek sikap.

Selanjutnya, Kebiasaan dan kemauan merupakan aspek dari komponen konatif. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan. Kebiasaan merupakan hasil pelaziman yang berlangsung pada waktu yang lama atau sebagai reaksi khas yang diulangi seorang berkali-kali.

Kemauan erat kaitannya dengan tindakan. Kemauan merupakan cara-cara yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Dewey dan Humber dalam Rakhmat 2008:43)

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di hotel Best Western Premier Solo Baru dengan mengambil 2 waktu yaitu pada saat peneliti melakukan observasi partisipatif pada September-Desember 2016 melalui kerja praktek dan wawancara pada tanggal 5 dan 13 April 2017.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, penulis akan mengumpulkan data dengan melakukan observasi partisipatif dan observasi terus terang. Observasi partisipatif adalah peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang

dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Selain melakukan Observasi, penulis juga melakukan wawancara terstruktur kepada narasumber. Wawancara terstruktur digunakan bila pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan (Sugiyono, 2012: 73)

Narasumber dalam penelitian ini adalah *Human Resource Department* Best Western Premier Solo Baru dan beberapa *Staff* di bagian operasional. Dilihat dari praktek manajemennya, fungsi *Public Relations* internal, dalam hal ini mengenai pelaksanaan kegiatan *employee relations* dilakukan oleh HRD, maka dari itu pihak HRD dianggap mampu memberikan informasi untuk masalah yang akan diteliti. Kemudian, kegiatan *employee relations* melibatkan *staff* sebagai partisipannya, oleh sebab itu peneliti juga akan menggali informasi langsung dari beberapa *staff*.

Sajian Data

Ragam Kegiatan *Employee Relations* di Best Western Premier Solo Baru

Dalam wawancara pada 5 April 2017 dengan salah satu perwakilan dari HRD Best Western Premier Solo baru, menyebutkan ada beberapa kegiatan *employee relations* yang dilakukan, di antaranya:

1. *General Staff Meeting* dan *Staff Meeting*: Baik *General Staff Meeting* / *Staff Meeting* bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi seputar hotel kepada seluruh staf dan pegawai, hanya saja untuk *General Staff Meeting* yang diinformasikan lebih luas, meliputi: *revenue* (berapa pendapatan hotel selama beberapa bulan terakhir), *Service* (bagaimana *service* berjalan, hambatan yang dialami dan cara mengatasinya), *expend* (laporan dan banyaknya pengeluaran hotel beberapa bulan terakhir), *Food and Beverage promotion*, dan *room promotion*.
2. *Employee training*, bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang dunia *hospitality* dan menggali skill lebih dalam. Macam-macam trainingnya meliputi:
 - *Departemental training*: Di sini *staff* diberikan pelatihan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan *skill* yang relevan dengan *job description* departemennya.
 - *General Training*: *Training* ini mengedukasi *staff* segala sesuatu seputar hotel, misalnya penjelasan sejarah hotel dan budaya organisasinya. Selain itu melalui *General Training*, *staff* dibekali dengan *hospitality courtesy*, misalnya cara menerima telepon dan saat berinteraksi dengan tamu.
 - *Manager Training*: Melalui *Manager training*, *staff* dapat mengembangkan *skill* yang relevan dengan departemen yang bersangkutan. Bedanya dengan *departemental training*, ini dibawakan oleh manajer masing-masing departemen dan pelatihan lebih fokus kepada kinerja anggota suatu departemen. Pada bulan September 2016, peneliti pernah mengikuti *General Manager Training*. Di situ Bapak Mustafa Rahmatono (General Manager) membagikan ilmu mengenai “*Marketing 3,0*” dalam bisnis yang berorientasi pelanggan. *Training* tersebut selain memperluas wawasan *staff* sebagai *hotelier* juga memberikan pelatihan bagaimana *staff* harus bersikap di hadapan tamu

dan cara melayani tamu dengan baik.

- *Eksternal Training: Training* ini untuk mengedukasi *staff* di luar topik perhotelan namun tetap diperlukan sebagai pengetahuan umum tambahan, misalnya: Teknik pertolongan pertama yang disampaikan oleh Palang Merah Indonesia dan Teknik penyelamatan dari api yang disampaikan dari pemadam kebakaran.
3. Kegiatan sosial, meliputi bantuan kepada *staff* yang sakit atau yang mempunyai agenda melahirkan atau menikah, Adanya kegiatan ini supaya setiap karyawan merasa diperhatikan oleh manajemen dan mendapatkan timbal balik tidak hanya secara pekerjaan, tapi juga secara sosial. Bantuan tersebut berupa sumbangan untuk karyawan yang menikah atau yang tertimpa musibah; dikumpulkan melalui kotak yang disediakan dari HRD dan diletakkan di kantin kantor.
 4. *Outing* karyawan: *Outing* merupakan kegiatan refreshing bagi karyawan. Ini mengajak karyawan untuk *me-refresh* diri sejenak dari kepenatan dalam pekerjaan.
 5. Kegiatan olahraga karyawan: Selain untuk kebugaran tubuh, kegiatan olahraga antar karyawan bermanfaat untuk menjalin kedekatan antar karyawan. Melalui olah raga, karyawan tidak hanya dekat secara pekerjaan, namun juga merasakan kedekatan sebagai satu keluarga. Sesuai dengan observasi peneliti selama magang, kegiatan olahraga antar karyawan di laksanakan secara berkala setiap satu minggu sekali. Pesertanya melibatkan antar karyawan hotel Best Western Premier Solo Baru. Kegiatan ini bisa berupa aktivitas Jumat Sehat yang diikuti oleh security atau pertandingan futsal antar karyawan hotel atau *customer* Best Western Premier Solo Baru (member fitness Best Western Premier Solo Baru).

Visi dan Misi Serta Aplikasinya dalam Pekerjaan Sehari-hari

Dalam visi mereka berbunyi; *“To lead the industry in superior customer care”* yang berarti memimpin industry dalam pelayanan unggulan dan Misinya; *“Enhance brand equity and increase member value”* yang berarti meningkatkan *brand equity* dan meningkatkan nilai anggota. Visi dan misi kemudian diturunkan ke dalam budaya organisasi mereka yang berbunyi I-CARE; merupakan kepanjangan dari *Interact-Can do-Ask question, Resolve the problem-Expressing gratitude*. Lebih jelasnya, I-CARE dijabarkan menjadi dua belas komitmen kerja, berikut adalah dua belas komitmen Best Western:

1. *I care to welcome and greet the guest warmly by name and with a smile*
Komitment ini termasuk poin I-Care Interact (berinteraksi dengan tamu). Staf dan pegawai Best Western Premier Solo Baru wajib menyapa dan bersikap ramah kepada tamu. Jika mengetahui nama dari tamu tersebut, maka wajib menyapa dengan nama.
2. *I care about my professional appearance and behaviour as the ambassador of Best Western*
Komitmen ini termasuk poin I-CARE *Can do* (bisa menjaga penampilan sebagai staff Best Western Premier Solo Baru) dan *Interact* (memperhatikan penampilan untuk berinteraksi dengan tamu). *Staff* dan pegawai Best Western Premier Solo Baru harus berpenampilan rapi dan berperilaku sopan yang mencerminkan citra baik Best Western. Dalam pekerjaan Sehari-hari, penampilan *staff* hotel harus

sesuai dengan “*Hotel Grooming Standard Checklist*,” yaitu: *nice smell before duty, clean uniform with name tag on, neat and clean hairstyle, clean and trimmer fingernails, clean polished shoes, and hands are washed.*

3. *I care to always delight the guest by anticipating and fulfilling guest needs and wishes*
Komitmen ini termasuk dalam I-CARE *Can do* (melayani apa yang menjadi kebutuhan tamu), *Resolve the problem* (menyenangkan tamu dengan memenuhi kebutuhannya), *Ask question* (menanyakan bila ada yang perlu dibantu dan dibutuhkan). *Staff* dan pegawai hotel bisa melayani dan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan tamunya. Setiap tamu yang datang ke Best Western Premier Solo Baru dilayani dengan baik dan ramah. Begitu tamu datang, *staff* akan menyambut di pintu masuk dan membantu membawakan barangnya. Kemudian setelah tamu melakukan *check in*, *staff* akan membawakan barang bawaan tamu ke kamarnya.
4. *I care and responsible for resolving guest problem*
Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Resolving the problem* (menyelesaikan masalah tamu yang dialami tamu), *Can do* (bisa diandalkan tamu untuk menyelesaikan masalah), dan *Ask question* (menanyakan kalau-kalau tamu membutuhkan bantuan). *Staff* maupun pegawai bisa menyelesaikan masalah yang dialami tamu ketika menginap di hotel, misal ketika tamu membutuhkan sesuatu bantuan mencetak dokumen bisnisnya, maka *staff* akan membantu tamu untuk menggunakan *business center* yang terdapat di hotel.
5. *I care and responsible for creating the finest personal service to the guest*
Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Can do* (bisa melayani tamu dengan sepenuh hati). *Personal service* yang dimaksud adalah pelayanan yang sepenuh hati. Jadi, ketika tamu menginap di hotel ini akan dilayani dengan baik dan sepenuh hati. *Staff* akan selalu siap melayani para tamu hotel serta tetap sabar menanggapi apa keluhan-keluhan tamu.
6. *I care for making the special relationship between Best Western and guest*
Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Interact* (berkaitan dengan berinteraksi dengan tamu). Di Best Western tamu diperlakukan seperti keluarga, maka maksud dari *special relationship* di sini adalah *staff* dan pegawai mampu membuat tamu nyaman untuk berinteraksi dengan mereka selama menginap di hotel.
7. *I care for always expressing gratitude to the guest*
Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Expressing Gratitude*. *Staff* wajib mengucapkan terima kasih atas pujian, masukan atau keluhan tamu terhadap pelayanan dan fasilitas hotel.
8. *I care and committed for working together to achieve our vision and accomplish our mission*
Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Interact* (bekerja sama) dan *Can do* (mampu bekerja untuk mewujudkan visi dan misi Best Western). *Staff* dan pegawai kompak bekerja sama dalam mencapai visi dan memenuhi misi Best Western.
9. *I care and committed for doing excellence in all that I do*
Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Can do*. *Staff* dan pegawai mampu melakukan segala sesuatu dengan baik; memeberikan pelayanan dengan baik, melaksanakan tugas dengan baik, dan berinteraksi dengan baik.
10. *I care and treat each other with respect all the time*
Komitmen ini termasuk poin I-CARE *Interact* (kaitannya interaksi dengan sesama).

Saling menghormati antara satu sama lain, baik itu kepada tamu maupun kepada pegawai.

11. *I care and responsible for creating a healthy and safe working environment*

Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Can do*. *Staff* dan Pegawai hotel mampu membuat lingkungan kerja yang sehat dan aman. Para *staff* hotel diharuskan untuk menjaga kebersihan lingkungan kerja, misalnya loker, kamar mandi, dan area umum hotel lainnya. Secara berkala pada akhir pekan akan diadakan bersih-bersih bersama. Kemudian untuk menjaga keamanan, selain adanya kamera CCTV, para *staff* juga diperiksa saat akan keluar dari lingkungan hotel. Pemeriksaan ini dilakukan oleh *security*.

12. *I care for always keeping the privacy and security of guest, Best Western team members and company confidential data and assets*

Komitmen ini termasuk dalam poin I-CARE *Can do*. Setiap *staff* dan pegawai hotel harus bisa menjaga privasi dan keamanan tamu (tidak sembarangan mengatakan keberadaan dan identitas tamu kepada orang lain) dan data serta aset yang dimiliki hotel, misal dengan tidak sembarangan menyampaikan informasi.

Peran Employee Relations Sebagai Upaya Mencapai Visi dan Misi

Menurut narasumber, visi dan misi hotel akan tercapai apabila tamu telah dilayani dengan baik (sesuai standar Best Western) selama menginap di Best Western Premier Solo Baru. Dalam upaya memberikan pelayanan terbaik Best Western Premier Solo Baru, kegiatan *employee relations* dilakukan untuk mengevaluasi dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Evaluasi dilihat dari perubahan perilaku *staff* dan *review* tamu yang masuk di beberapa situs *travelling*. Dari situ manajemen akan melihat *Key Performance Indicator* (KPI), yaitu keberhasilan sebuah *department* dalam kinerja di hotel. Jika ditemukan *complain* pada *review* tamu, maka manajemen akan memberikan masukan atau pelatihan-pelatihan (seperti yang dijelaskan sebelumnya dalam subbab ragam kegiatan *employee relations*) terhadap *staff* /*staff department* terkait.

Sebagai bidang usaha yang menjual jasa, kepuasan tamu merupakan tujuannya. Jadi, sangat penting membuat tamu nyaman, selain membuat mereka merasa betah juga supaya memberikan pengalaman yang berkesan telah menginap di sana. pengalaman adalah hal yang tidak baku, tidak bisa dipatok dengan selera satu orang, setiap tamu yang menginap disini akan mengalami *experience* yang berbeda-beda. Oleh karena itu, adanya pelayanan unggul terhadap pelanggan dengan memperlakukan tamu seperti keluarga adalah agar tamu merasa nyaman menginap di sini dan berpotensi menjadi *repeater*.

Pengadaan kegiatan *employee relations* merupakan sarana untuk berkomunikasi, menambah pengetahuan, bertukar pikiran, serta evaluasi. Pada akhirnya, itu semua akan berdampak terhadap kualitas pelayanan di hotel.

Analisa Data

Employee Relations Membangun Komunikasi Karyawan

Employee relations merupakan salah satu bentuk pengelolaan komunikasi terhadap suatu organisasi/perusahaan dan merupakan cara untuk menembus komunikasi di semua lapisan jabatan. Ada 3 jalur komunikasi internal yang efektif,

disampaikan oleh Ruslan (2010: 275):

Pertama, Komunikasi arus ke bawah (*downward communications*). Komunikasi arus ke bawah berasal dari pihak manajemen kepada karyawan. Selain berarti komunikasi komunikasi formal yang menyangkut mengenai pekerjaan atau sebagai yang menunjukkan hierarki komunikasi dalam manajemen, dalam kegiatan *employee relations* seperti *General staff Meeting*, komunikasi arus ke bawah bisa berarti menunjukkan keterbukaan manajemen terhadap para *staff*. Hal ini ditunjukkan dari penyampaian informasi oleh *Head of Department* dalam *meeting* tersebut mengenai *progrees* masing-masing departemen. Di kegiatan ini para *Head of Department* bisa berkomunikasi langsung secara luas kepada semua *staff* mengenai apa saja yang sudah baik dan perlu ditingkatkan lagi untuk operasional hotel. Contoh lainnya di kegiatan *Employee training*, di sini Supervisor atau *head of department* berkomunikasi dengan membagikan ilmunya kepada para *staff* dalam bentuk pelatihan *skill*.

Kedua, komunikasi arus ke atas (*upward communications*). Komunikasi arus ke atas berasal dari karyawan kepada pihak manajemen. Komunikasi dapat berupa laporan pekerjaan, ide, gagasan, atau saran dari karyawan kepada pihak manajemen. Dalam hal ini, misalnya pada kegiatan *General Staff Meeting* atau *Staff Meeting*. Di situ, para *staff* bisa melaporkan *progress* atau kendala dalam pekerjaannya, mengungkapkan gagasannya mengenai sesuatu, atau menyampaikan ide kepada atasannya.

Ketiga, komunikasi sejajar (*Sideways communications*). Komunikasi sejajar berlangsung antarkaryawan. Komunikasi bisa dalam bentuk informasi mengenai pekerjaan, bisa juga hal-hal di luar pekerjaan, misalnya aktivitas olahraga, keagamaan, kesejahteraan, dan aktivitas sosial kepegawaian. Dalam Kegiatan *employee relations*, komunikasi jenis ini lebih nampak pada kegiatan *outing* dan olahraga. Di kegiatan tersebut, komunikasi cenderung berlangsung informal karena berfungsi untuk mengakrabkan dan mendekatkan antarkaryawan.

Visi dan Misi; Dasar Bisnis dan Tujuan yang Membentuk Ciri Khas

Visi adalah sebuah gambaran tentang masa depan di mana sebuah organisasi akan berada. Visi juga menjelaskan yang akan terjadi atau dicapai oleh sebuah organisasi pada masa depan dan itu harus menjelaskan mengapa akan menjadi seperti itu (Ruky, 2006: 71).

Berkaitan dengan Visi dari Best Western; "*To lead the industry in superior customer care*", *brand* ini memiliki tujuan yaitu menjadi yang terdepan di bidang industri perhotelan dengan spesifik *cutommer care* (pelayanan pelanggan). Tentunya bagi industri yang bergerak di bidang jasa akan mengutamakan pelayanan terhadap pelanggan. Di Best Western Premier Solo Baru, ini sudah menjadi fokus mereka untuk memberikan pelayanan yang unggul kepada setiap tamunya. Yang dimaksudkan pelayanan unggul di Best Western adalah mengutamakan pelanggan dengan cara memperlakukan tamu seperti keluarga. Artinya, tamu akan diterima dengan baik, disambut dengan baik, dan dilayani dengan baik pula.

Misi adalah yang menjabarkan esensi dari niat organisasi dan menjelaskan kapan, di mana, dan bagaimana mereka akan merealisasi visi mereka (Ruky, 2006:71). Best Western memiliki misi yang berbunyi; "*To enhance brand equity and increase member value*" yang berarti meningkatkan *brand equity* dan meningkatkan nilai anggota. Jadi, kalau visi dan misi ini dikaitkan, berarti Ada dua hal yang menjadi

sorotan dalam pelayanan unggulan kepada pelanggan. Yang pertama adalah meningkatkan *brand equity* dan yang kedua adalah meningkatkan nilai anggota.

Pertama, mengenai peningkatkan *brand equity*. Kotler dan Keller (2012: 243) mendefinisikan *brand equity*, yaitu: *the added value endowed on product and service. It may reflected in the way consumers think, feel and act with respect to the brand, as well as in the prices, market share and profitability the brand commands*. Perusahaan melakukan penambahan nilai pada produk dan pelayanannya, hal ini tercermin dari konsumennya. Berdasarkan apa yang mereka pikir, rasakan, dan bertindak sesuai dengan apa yang perusahaan tawarkan/tampilkan. Ini sangat memengaruhi seberapa kuat sebuah *brand* melekat pada konsumennya sehingga konsumen akan menggunakan produk atau layanan jasa dari sebuah *brand*.

Ada empat dimensi yang menjabarkan aset *merk* yang berkontribusi pada penciptaan *brand equity* berdasarkan model Aaker dalam buku *Brand Management & Strategy* (Tjiptono, 2005: 40), yaitu:

Pertama, *Brand Awareness*, yaitu kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat bahwa sebuah merk merupakan anggota dari kategori produk tertentu. Dalam hal ini, ditunjukkan melalui kemampuan customer dalam mengenali *brand* Best Western sebagai salah satu *brand* dalam industri perhotelan.

Kedua, *Perceived Quality*, yaitu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau superioritas produk secara keseluruhan. Hal ini bersifat subjektif, bergantung dari pengalaman masing-masing tamu saat menginap di hotel Best Western; bagaimana tamu menilai pengalamannya menginap dan *customer care*, yang merupakan ciri khas dari Best Western.

Ketiga, *Brand Association*, yaitu segala sesuatu yang terkait dengan *brand image*. Asosiasi merk memiliki tingkat kekuatan tertentu dan akan semakin kuat seiring dengan bertambahnya pengalaman konsumsi atau eksposur dengan merk spesifik. Best Western menekankan ciri khas pada pelayanannya, ini nantinya memberi dampak pada citra yang melekat di Best Western yang mengedepankan pelayanan unggul kepada pelanggan.

Keempat, *Brand Loyalty*, yaitu *the attachment that a customer has to a brand* (Aaker, 1991 in Tjiptono, 2005: 41) peneliti mengartikan, *brand loyalty* adalah ketertarikan customer terhadap suatu *brand*. Dalam hal ini, misalnya ketertarikan *customer* terhadap hotel Best Western karena mereka merasa pelayanannya yang istimewa, sehingga menjadikan hotel ini pilihan untuk menginap.

Menurut peneliti, memberikan nilai lebih dalam hal ini menonjolkan pelayanan merupakan salah satu strategi Best Western untuk meningkatkan *brand equity*. Best Western memahami bahwa yang terpenting dalam bisnis di bidang jasa adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan terbaik, maka menjadikan pelayanan sebagai ciri khasnya dalam menjalankan bisnis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap Best Western.

Selanjutnya, tentang meningkatkan nilai anggota. Nilai yang dimaksudkan di sini adalah sesuatu yang menambahkan manfaat terhadap customer bila bergabung dalam keanggotaan Best Western. Untuk memenuhi misi ini, Best Western mencanangkan program *Best Western Rewards*. Program yang bersifat *mandatory* ini bertujuan mencari *member* baru hotel Best Western, dengan memberikan *benefit* khusus kepada *member* yang berlaku secara internasional. Menurut peneliti selain untuk meningkatkan kepercayaan terhadap *brand*, adanya *Best Western Rewards* ini

adalah sebagai bentuk penghargaan kepada *customer* dan salah satu strategi mempertahankan loyalitas *customer* terhadap Best Western. *Customer* yang memegang keanggotaan di Best Western akan mendapatkan fasilitas dan keuntungan khusus karena merupakan anggota, dan lagi *member* tersebut berlaku secara internasional. Kuat kemungkinannya, *customer* yang berpergian kemana pun akan menjadikan Best Western sebagai pilihan pertama tempat menginap.

Sebagaimana adanya visi dan misi yang menjadi dasar dalam menjalankan semua bisnis untuk mencapai tujuannya, budaya organisasi pun mengambil peran yang sama. Budaya organisasi mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dibentuk oleh anggota-anggotanya sekaligus pembeda organisasi itu dengan organisasi lain (Robins dalam Matondang, 2008: 50). Artinya, budaya organisasi membentuk ciri khas dalam sebuah organisasi melalui apa yang dilakukan karyawannya dan bagaimana mereka harus melakukannya.

Dalam upaya menghidupi dan mewujudkan visi dan misinya, Best Western memiliki kelima *point* penting yang terdapat pada budaya organisasi mereka yang harus dijamin oleh pegawainya. *Staff* dan pegawai yang bekerja di Best Western Premier Solo Baru wajib mengamalkan *I-Care program* setiap hari sebagai nilai budaya dan identitas perusahaan. Apa itu *I-Care program*? *I-Care Program* merupakan kependekan dari *Interact-Can do-Ask question-Resolve the problem-Express Gratitude*. . Sesuai dengan visi dan misinya yang berfokus kepada pelayanan pelanggan, budaya organisasi yang dimiliki Best Western pun senada, menyampaikan hubungan antara pegawai dan *staff* dan para tamunya. *I-Care* tidak lantas berdiri sendiri, kelima *point* tadi dijabarkan menjadi 12 komitmen kerja yang memenuhi standar Best Western.

Melihat bahwa dua belas komitmen kerja adalah penjabaran dari budaya organisasi mereka, adanya komitmen-komitmen yang sudah spesifik ini mempermudah interpretasi para karyawannya untuk menerapkan budaya organisasi Best Western melalui apa yang mereka kerjakan. Mempermudah dalam artian, karyawan tak perlu menebak-nebak sebenarnya apa yang harus dilakukan untuk menjawab kelima *point* dalam *Interact- Can do- Ask question- Resolve the problems- Express Gratitude*, karena itu semua dijelaskan lewat komitmen kerja mengenai apa dan bagaimana sebagai *staff* Best Western Premier Solo Baru dalam melakukan sesuatu. Menurut peneliti, Hal ini tentu saja menjadikan kinerja para karyawan lebih teratur dan terarah dalam mencapai apa yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Employee Relations Sebagai Jembatan dalam Mencapai Visi dan Misi

Hubungan antar karyawan dan pelanggan merupakan penentu kunci kepuasan pelanggan, dan dengan demikian akan ada *repeat business*, keunggulan kompetitif dan komersial. Kinerja karyawan adalah jalan agar organisasi bisa menghasilkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Lashley, 2001:212). Melihat bahwa hubungan antar karyawan penting dan berperan dalam kepuasan pelanggan, maka berdasarkan uraian kegiatan *employee relations* yang diselenggarakan bermanfaat untuk mengembangkan hubungan dan kemampuan serta keahlian karyawannya. Kegiatan *employee relations* dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja karyawan yang akan berdampak pada kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Terkait dengan penelitian ini, posisi *employee relations* adalah salah satu upaya penting dalam pencapaian visi dan misi. Nilai-nilai budaya perusahaan yang diturunkan dari visi dan misi diberikan melalui pelatihan-pelatihan dan ditekankan

kembali di setiap pertemuan karyawan atau ketika *briefing* rutin. Hal ini bertujuan untuk memacu karyawan supaya terbiasa melakukan nilai budaya perusahaannya. Selain itu, adanya kontrol perilaku dari manajemen, apakah karyawan telah meneladani budaya organisasi perusahaannya dengan baik atau belum. Kalau sudah, manajemen akan memberikan semacam penghargaan atau promosi kepada karyawan untuk memotivasi mereka dalam meningkatkan kinerjanya. Kalau budaya organisasi belum terlaksana dengan baik, maka perlu diadakannya pelatihan sampai karyawan benar-benar memahami nilai-nilainya dan mampu menjalankan dalam pekerjaan mereka sehari-hari.

Untuk mencapai tujuan dalam organisasi, diperlukan kompetensi sebagai penentu. Michael Zwell (2000:25) dalam Wibowo (2010: 284) mengelompokkan kompetensi menjadi lima kategori, salah satunya kompetensi hubungan (*relationship competencies*). Ada enam dari tujuh *point* yang disampaikan oleh Michael yang akan peneliti ulas terkait dengan pembahasan mengenai *employee relations* di Best Western Premier Solo Baru:

Yang pertama adalah *Teamwork* (kerja sama tim). Ini adalah kompetensi *relationship* yang merupakan kemampuan berfungsi secara efektif sebagai bagian dari kelompok orang yang bekerja bersama yang menunjukkan karakteristik *superior performance*. Lebih jelasnya disampaikan pula bahwa *teamwork* bukan hanya bermain peran tapi juga pemain unggul yang meningkatkan kinerja anggota tim lainnya. Peneliti mencerna, bekerja sama dalam tim terdapat anggota yang mengerjakan bagiannya, namun juga ada yang memotivasi untuk meningkatkan kinerja mereka. Best Western dalam komitmen kerjanya mengharuskan para *staff*nya untuk bekerja sama dalam tim demi mencapai visi dan misinya, maka untuk membentuk tim kerja yang *solid*, hubungan para karyawannya harus dikelola. *Employee relations* adalah salah satu cara untuk mengelola hubungan antar karyawan sehingga kinerja meningkat dan siap mencapai tujuannya dalam memberikan pelayanan terbaik bagi para tamunya.

Yang kedua, *Service Orientation* (orientasi pada pelayanan). Ini adalah kompetensi yang menjadi dasar semua bisnis. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan kepentingan akhir semua organisasi. Khususnya dalam industri pelayanan, *service orientation* adalah hal pertama yang menjadi titik berat operasionalnya. Best Western mempunyai ciri khas sendiri yang diungkapkan dalam I-CAREnya. Untuk melakukan I-CARE dalam pekerjaan sehari-hari di komunikasikan melalui *training* karyawan, yang merupakan salah satu kegiatan *employee relations* di Best Western Premier Solo Baru.

Yang ketiga, *Interpersonal awareness* (kepedulian interpersonal). Ini adalah kompetensi yang melibatkan pendapat, perhatian, menginterpretasikan, dan mengantisipasi kepentingan dan perasaan orang lain. Dalam *employee relations* di Best Western Premier Solo Baru, ini dapat ditemukan pada kegiatan sosial karyawan yang terdapat saling berpartisipasi untuk satu sama lain, namun ini juga ditemukan di kegiatan pertemuan karyawan mereka seperti yang dikatakan salah satu *staff* bahwa dalam kegiatan tersebut bukan hanya *Head of Department* saja yang menyampaikan informasi, para *staff* diijinkan untuk menyampaikan pendapat, keluhan, kendala, dan bertukar pikiran. Dapat digambarkan dengan adanya keterbukaan satu sama lain

antara karyawan dan manajemen, komunikasi akan berlangsung dengan sangat baik. Setiap *progress* dalam pelayanan bisa ditingkatkan atau dipertahankan, hambatan yang dialami akan menemukan jalan keluarnya dan bisa diantisipasi ke depannya. Karyawan merasa didengar, diapresiasi, dan diterima.

Yang keempat, *organizational savvy* (kecerdasan organisasional). Setiap karyawan belajar dan memahami dinamika organisasi ditempatnya bekerja adalah untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Komponen ini berkaitan dengan kemampuan memengaruhi dan memberi dampak baik pada diri sendiri dan karyawan lain. Seperti yang dijelaskan pada point pertama kompetensi bahwa dalam sebuah tim kerja pasti ada yang mampu memotivasi timnya untuk meningkatkan kinerja masing-masing. Di Best Western Premier Solo Baru manajemen atau pemimpin dalam *department* terkait turut berperan dalam memotivasi anggota departemennya melalui *training* kepada karyawannya. Ini juga yang membantu karyawan dalam memperluas pengetahuannya mengenai dunia *hospitality*.

Yang kelima, *relationship building* (membangun hubungan). Dalam pekerjaan, kesuksesan mencapai tujuan sangat bergantung pada kerja sama para karyawannya. Untuk menjaga dan mempertahankan hubungan antar karyawan, maka manajemen salah satunya dengan mengadakan *employee relations* yang memegang penting peran ini. Memotivasi, memperhatikan, dan membimbing agar hubungan antar karyawan kondusif dan mendukung dalam pekerjaan, sehingga akan ada peningkatan kualitas pelayanan. Misalnya dalam sebuah kegiatan *outing* karyawan. Di samping memberikan penyegaran sejenak dengan kegiatan yang *fun*, di dalamnya terdapat pelajaran *team building* yang berfungsi untuk membangun kerja sama dan interaksi antar karyawan. Dari kegiatan ini, kebersamaan dan kekeluargaan membentuk situasi kerja yang kondusif sehingga berdampak pada kinerja karyawan dan pelayanan yang dihasilkan.

Yang keenam, *attention to communication* (perhatian pada komunikasi). Kompetensi ini menyorot tentang bagaimana mengalirnya semua informasi penting seputar organisasi misalnya, apakah kendala yang terjadi dan progress dari apa yang sudah dikerjakan. Dikatakan bahwa karyawan yang mempunyai lebih banyak informasi mengenai bisnis akan lebih merasa termotivasi dan terberdayakan, karena mereka tahu apa yang mereka lakukan dan mengapa mereka melakukan. Seperti yang telah peneliti sebutkan di bagian tinjauan pustaka bahwa *employee relations* adalah cara untuk mengelola komunikasi yang mempunyai kekuatan dalam pemberdayaan sumber daya manusia, ini dapat menjangkau hubungan komunikasi timbal balik seluruh lapisan karyawan di semua jabatan. Dengan komunikasi yang baik, dapat meminimalkan resiko kesalahpahaman (sebagai salah satu alasan klasik atas suatu kegagalan) yang dapat menghambat pekerjaan dan membangun kekompakkan dalam meraih tujuan bersama.

Disamping itu, ada beberapa faktor sosiopsikologis yang mempengaruhi pada proses *employee relations* dalam upaya pencapaian visi dan misi. Seperti yang dikatakan Jalaluddin Rakhmat (2008) dalam bukunya *Psikologi Komunikasi*, bahwa ada 3 komponen pada sosiopsikologis, yaitu: komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konatif.

Dalam aspek sikap pada komponen afektif, dikatakan bahwa sikap adalah kecenderungan untuk bertindak berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam

menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Dalam hal ini, karyawan mengambil sikap dalam upaya pencapaian visi dan misi perusahaan (objek).

Yang kedua aspek kepercayaan dari komponen kognitif. Keyakinan bahwa sesuatu itu benar. Dalam hal ini, adalah nilai-nilai yang terdapat pada visi dan misi Best Western Solo Baru. Kepercayaan memberikan perspektif, bagaimana mengambil sikap terhadap sesuatu yang kita percayai; yaitu dengan menghidupinya sehari-hari.

Berkaitan dengan aspek kepercayaan, selanjutnya komponen konatif terdapat aspek kebiasaan dan kemauan. Kebiasaan merupakan hasil dari pelaziman yang berlangsung pada waktu yang lama atau sebagai reaksi khas yang diulangi. Kemauan adalah cara yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Cara untuk menunjukkan kepercayaan terhadap nilai-nilai pada visi dan misi adalah dengan menghidupinya sehari-hari. Cara menghidupkan nilai tersebut adalah dengan membiasakan diri melakukan apa yang menjadi maksud dari visi dan misi tersebut. Bagaimana cara membiasakan karyawan untuk selalu mengamalkan dan menerapkan visi dan misi perusahaan setiap hari? Tentunya harus ada kemauan dari diri karyawan tersebut. *Employee Relations*, dalam hal ini merupakan salah satu cara dari perusahaan untuk menanamkan nilai-nilai visi dan misinya kepada para karyawan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan di bagian sebelumnya mengenai Kegiatan *employee relations* di Best Western Premier Solo Baru dalam upaya pencapaian visi dan misi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Best Western Premier Solo Baru melakukan kegiatan *employee relations*, di antaranya: *Staff meeting/General Staff Meeting* (berfungsi sebagai sarana komunikasi antar karyawan), *Employee Training* (berfokus dalam peningkatan skill dan memperluas pengetahuan karyawan dalam dunia perhotelan), Kegiatan sosial (biasanya berupa sumbangan kepada karyawan yang menikah atau yang sedang tertimpa musibah. Ini sebagai salah satu bentuk kepedulian dari manajemen terhadap karyawan yang berfungsi untuk membangun rasa kekeluargaan di dalam sebuah organisasi), *Outing Karyawan* (berfungsi untuk membangun kebersamaan dan kekompakan antar karyawan melalui kegiatan yang bersifat santai dan menyenangkan).
2. Best Western memiliki visi untuk memimpin industri dengan spesifik *customer care* (pelayanan pelanggan) dengan cara memperlakukan tamu seperti keluarga. Misinya adalah meningkatkan *brand equity* dan meningkatkan nilai anggota dengan mengadakan Best Western Rewards yang bertujuan mencari member untuk Best Western. Supaya visi dan misi tersebut bisa terwujud, maka diturunkan melalui budaya organisasinya, yaitu *I-CARE (Interact-Can do-Ask Question-Resolve the problem-Express Gratitude)*. *I-CARE* kemudian dijabarkan menjadi 12 Komitmen kerja yang menjadi standar dalam bekerja dan melayani tamunya.
3. Posisi *employee relations* adalah salah satu upaya penting dalam pencapaian visi dan misi. Nilai-nilai budaya perusahaan yang diturunkan dari visi dan misi diberikan melalui pelatihan-pelatihan dan ditekankan kembali di setiap pertemuan karyawan atau ketika *briefing* rutin. Hal ini bertujuan untuk memacu

karyawan supaya terbiasa melakukan nilai budaya perusahaannya. Selain itu, juga sebagai kontrol dari manajemen, apakah karyawan telah meneladani budaya organisasi perusahaannya dengan baik atau belum.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah diuraikan, peneliti akan menyampaikan saran yang terkait dengan penelitian ini yaitu:

1. Bagi *staff* Best Western Premier Solo Baru, untuk tetap konsisten melakukan 12 komitmen kerja supaya kompak dalam mencapai apa yang menjadi tujuan Best Western.
2. Bagi Manajemen Best Western Premier Solo Baru, untuk lebih mengembangkan kegiatan *employee relations* yang menanamkan nilai-nilai budaya organisasi di dalamnya, sehingga bisa membuat *staff* terbiasa dalam menghidupi nilai-nilai tersebut melalui apa yang mereka kerjakan.
3. Bagi peneliti untuk selanjutnya, supaya lebih memperluas referensi literatur mengenai *human relations* supaya bisa dikembangkan ke penelitian yang lain yang masih bisa berhubungan dengan budaya organisasi.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lashley, Conrad. (2001). *Empowerment: HR Strategies for Service Excellence*. Oxford: Butterworth-Heinemann
- Matondang, M.H. (2008). *Kepemimpinan: Budaya Organisasi dan Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rakhmat, Jalaluddin. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.s
- Ruky, Achmad S. (2006). *Sumber Daya Manusia Berkualitas Mengubah Visi Menjadi Realitas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rusady. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif* Bandung: ALFABETA
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andy
- Wibowo. (2010). *Budaya Organisasi: Sebuah Kebutuhan untuk Meningkatkan Kinerja Jangka Panjang*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Yusia Putriani, Program Studi Public Relations UKSW. Email: putrianiy28@gmail.com