

SKRIPSI

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM PELAKSANAAN
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
HOTEL HYATT REGENCY YOGYAKARTA**



Disusun Oleh :

LINDA BELABEKTI SUGMAWATI

NO. MHS: 314100699

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2018

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM PELAKSANAAN PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
HOTEL HYATT REGENCY YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sain Terapan Pariwisata**

Oleh:

LINDA BELABEKTI SUGMAWATI

NO. MHS : 314100699

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM PELAKSANAAN PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
HOTEL HYATT REGENCY YOGYAKARTA**



Pembimbing I

Pembimbing II

**Arif Dwi Saputra, S.S.,M.M
NIDN. 0525047001**

**Dra. Nuharani EK, M.Pd
NIDN. 0530046603**

**Mengetahui
Ketua Jurusan Perhotelan**

**Hermawan Prasetyanto, S.ST.,M.M
NIDN. 0516057102**

BERITA ACARA UJIAN

**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM PELAKSANAAN PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
HOTEL HYATT REGENCY YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

LINDA BELABEKTI SUGMAWATI

NO. MHS: 314100699

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan:

LULUS

Pada Tanggal:

9 Juli 2018

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Mona Erythrea Nur Islami, SIP, MA : _____
NIDN. 0516097101

Penguji I : Arif Dwi Saputra, S.S.,M.M : _____
NIDN. 0525047001

Penguji II : Dra. Nuharani EK, M.Pd : _____
NIDN. 0530046603

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, M.M.

NIDN. 0526125901

HALAMAN MOTTO

“I can do all things through Christ who strengthens me.”

(Philippians 4:13)

“Karena itu Aku berkata kepadamu; Apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan kepadamu”

(Markus 11:24)

“Keberanian tidak selalu berteriak keras. Terkadang, keberanian adalah suara lirih yang berbisik di penghujung hari: “Esok aku akan mencoba lagi”.

(Mary Anne R)

“Orang sukses tentu memiliki kebimbangan dan ketakutan, tetapi mereka tidak membiarkan perasaan itu menghalangi langkah mereka”.

(Linda BelaB. S)

“One day all those early mornings and late nights will pay off”

(Linda BelaB. S)

“You can never cross the ocean unless you have the courage to lose sight of the shore”

(Andre Gide)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya haturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Allah Bapa di Surga dan Yesus Kristus atas penyertaan hikmat dan anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dan pendidikan saya dengan baik.
2. Bunda Iswati, Mamak Tumisih, Alm. Pak Diyono (kakek), dan Alm. Ayah Sucipto, mereka sebagai orang tua yang telah memberikan dukungan, selalu menguatkan, doa, pengorbanan, kesabaran serta kasih sayang yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta dari saya sebagai anak dan cucu untuk Bunda, Mamak, Pak'e dan Ayah.
3. Adik saya tercinta, satu-satunya Dek Rangga Rachmandika yang secara tidak langsung telah memberikan saya semangat untuk terus berjuang dan tidak menjadi orang yang mudah putus asa.
4. Mas Bayu Simonere dan Kak Dimas Aji Maulana, terimakasih atas setiap waktu yang diberikan untuk memberi semangat, dukungan dan doa dalam pengerjaan skripsi ini, memotivasi dan berbagi keceriaan saat kepenatan mulai menyerang.

5. Rekan serta sahabat seperjuangan dari berbagai bidang terutama keluarga besar dari jurusan Pengelolaan Perhotelan 2014 STP AMPTA Yogyakarta. Tetap semangat, tetep solid dan saling dukung. Terimakasih untuk kenangan indah, canda tawa, tangisan, dan perjuangan yang telah kita lalui bersama. Semangat!!
6. Sahabat-sahabat Kemruyuk (Mami Bunga Dani, Degitia Hardiana, Sultan Arief, Adi Prabowo) terimakasih yang telah menjadi sahabatku dalam perkuliahan ini, yang selalu mengingatkan, saling memberi dukungan, dan berbagi keceriaan serta terimakasih untuk setiap kenangan kita yang tak akan terlupakan. Semoga persahabatan kita sampai selamanya, jarak bisa memisahkan kita tapi semoga hati kita tetap bersatu. Sukses buat kita!

Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang terus mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk penulis. Terimakasih sebesar-besarnya. Akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat anugerah-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Peranan *Public Relations* Dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hyatt Regency Yogyakarta” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sain Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Skripsi ini penulis selesaikan dengan tujuan untuk mendeskripsikan peranan PR dalam implementasi program CSR Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Hotel Hyatt Regency Yogyakarta merupakan salah satu hotel bintang lima di Yogyakarta yang telah populer dengan kegiatan CSR-nya. Untuk dapat melakukan CSR dengan baik itu sendiri, diperlukannya kegiatan komunikasi korporat agar pesan yang disampaikan melalui kegiatan CSR tersebut dapat tersampaikan. Yang mana kegiatan komunikasi korporat tersebut seharusnya dilakukan oleh praktisi PR. Hal tersebut disebabkan karena profesi PR memang dituntut untuk memiliki kompetensi dalam melakukan proses komunikasi tersebut. Sehingga penulis ingin mendeskripsikan apakah memang PR telah dilibatkan dalam proses implementasi CSR pada Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Selain itu tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk menggambarkan secara garis besar kegiatan-kegiatan program *Corporate Social Responsibility*

(CSR) Hyatt Regency Yogyakarta yang telah dilaksanakan selama 3 tahun terakhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S.,M.M selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Nuharani EK, M.Pd selaku Pembimbing II yang telah dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk-petunjuk dalam penyempurnaan penulisan dan susunan dari skripsi ini.
3. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, SIP, MA selaku Dosen Penguji Utama yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.ST.,M.M selaku Ketua Jurusan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan waktunya untuk menjadi moderator dalam persidangan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama

menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

6. Segenap dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada saya selama ini.
7. Seluruh staf Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam hal administrasi akademik.
8. Bapak I Nyoman Gede Nurcahyadi selaku *General Manager* Hyatt Regency Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
9. Ibu Pratiwi Damayanti selaku *Director of Human Resource* Hyatt Regency Yogyakarta yang telah bersedia memberikan waktu dan segala informasi untuk menjawab pertanyaan penelitian penulis sehingga dapat menjawab penelitian ini.
10. Saudari Sella Zelyana selaku *Public Relations Officer* Hyatt Regency Yogyakarta yang telah bersedia membantu penulis dalam pengumpulan dokumentasi dan data-data yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.
11. Ibu Pratiwi Saraswati selaku *Training Manager* Hotel Hyatt Regency Yogyakarta yang telah membantu dalam memudahkan penulis untuk mengadakan penelitian di Hyatt Regency Yogyakarta serta yang telah bersedia membantu peneliti dalam hal pembuatan surat keterangan penelitian.

12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Terimakasih atas segala ilmu, pengalaman dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta, 30 Juni 2018

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN BERITA ACARA UJIAN..... | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | xviii |
| ABSTRAK | xix |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|----------------------------|---|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Fokus Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 8 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--------------------------|----|
| A. Landasan Teori..... | 10 |
| 1. Pengertian Hotel..... | 7 |

| | |
|--|----|
| 2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> | 11 |
| 3. <i>Public Relations</i> dan Peranannya Dalam Perusahaan | 19 |
| B. Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| C. Penelitian Terdahulu | 28 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Jenis Penelitian..... | 31 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 32 |
| C. Teknik Cuplikan..... | 32 |
| D. Sumber Data..... | 33 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 34 |
| F. Keabsahan Data..... | 37 |
| G. Metode Analisis Data..... | 38 |
| H. Alur Penelitian..... | 40 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Deskripsi Objek Penelitian | |
| 1. Sejarah Hyatt Regency Yogyakarta | 42 |
| 2. Profil Hyatt Regency Yogyakarta | 43 |
| 3. Logo Hyatt Regency Yogyakarta..... | 44 |
| 4. Sub Logo Hyatt Regency Yogyakarta..... | 45 |
| 5. Visi & Misi Hyatt Regency Yogyakarta | 46 |
| 6. Fasilitas & <i>Unique Selling Points</i> Hyatt Regency Yogyakarta.... | 46 |
| 7. Struktur Organisasi Hyatt Regency Yogyakarta..... | 56 |

| | |
|---|-----|
| 8. Tugas dan Tanggung Jawab | 42 |
| A. Pengamatan dan Hasil Wawancara | 60 |
| 1. Temuan Data Penghargaan CSR | 61 |
| 2. Program CSR Hyatt Regency Yogyakarta | 66 |
| 3. Aktivitas <i>Public Relations</i> Dalam Pelaksanaan CSR | 86 |
| B. Pembahasan | |
| 1. Analisis Bentuk CSR Hyatt Regency Yogyakarta | 88 |
| 2. Analisis Peran <i>Public Relations</i> Dalam Pelaksanaan CSR | 101 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 119 |
| B. Saran | 120 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabel 2.1 | Peneliti Terdahulu..... | 29 |
| Tabel 4.1 | Kategori Jenis CSR Hyatt Regency Yogyakarta | 91 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian dari STP AMPTA Yogyakarta
- Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 Dokumentasi Foto
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Berpikir | 28 |
| Gambar 3.1 | Trianggulasi Teknik..... | 38 |
| Gambar 3.2 | Diagram Alur Penelitian..... | 41 |
| Gambar 4.1 | Peta Lokasi Hyatt Regency Yogyakarta..... | 44 |
| Gambar 4.2 | Logo Hyatt Regency Yogyakarta | 44 |
| Gambar 4.3 | Sub Logo Hyatt Regency Yogyakarta | 45 |
| Gambar 4.4 | Struktur Organisasi Hyatt Regency Yogyakarta | 57 |
| Gambar 4.5 | Penerimaan Penghargaan Pengelolaan CSR | 62 |
| Gambar 4.6 | Penerimaan Penghargaan <i>Green Hotel Standart</i> 2018..... | 63 |
| Gambar 4.7 | Pamflet Informasi Pemenang Pertama <i>Green Hotel</i> 2017 | 64 |
| Gambar 4.8 | Artikel Lama Hotel Peduli Lingkungan | 65 |
| Gambar 4.9 | Piagam Partisipasi Gerakan <i>Earth Hour</i> | 66 |
| Gambar 4.10 | <i>Purpose</i> Hyatt Regency Yogyakarta | 67 |
| Gambar 4.11 | Penyerahan Alat Olahraga..... | 72 |
| Gambar 4.12 | Publikasi Kerjasama <i>Dream House</i> | 73 |
| Gambar 4.13 | Lari Maraton “ <i>Pink Ribbon</i> ” | 75 |
| Gambar 4.14 | Publikasi “ <i>Pink Ribbon</i> ” di Radio RRI | 75 |
| Gambar 4.15 | Kerjasama Hyatt Regency Yogyakarta dengan YKI..... | 76 |
| Gambar 4.16 | Partisipasi “Berani Gundul” | 77 |
| Gambar 4.17 | Kebersamaan dengan Anak Penderita Kanker YKAKI | 78 |
| Gambar 4.18 | Pelaksanaan Gerakan “ <i>Green Jogja</i> ” | 79 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| Gambar 4.19 | Pelaksanaan Gerakan “ <i>Earth Hour</i> ” | 81 |
| Gambar 4.20 | Pelaksanaan Gerakan “ <i>Anti Vandalisme</i> ” | 82 |
| Gambar 4.21 | Publikasi wisata “Ayunan Langit Watu Jaran” | 85 |
| Gambar 4.22 | Pelaksanaan Aksi Bedah Rumah | 86 |
| Gambar 4.23 | Pembangunan Destinasi Wisata Baru..... | 100 |
| Gambar 4.24 | Kerjasama PR dengan Beberapa Radio dan Surat Kabar | 111 |
| Gambar 4.25 | Akun Instagram Hyatt Regency Yogyakarta..... | 114 |
| Gambar 4.26 | Informasi Persuasif Gerakan “ <i>Earth Hour</i> ” | 116 |
| Gambar 4.27 | Contoh Partisipan Gerakan di <i>instagram</i> | 116 |
| Gambar 4.28 | Akun <i>Instagram</i> Desa Wisata Purwosari | 117 |
| Gambar 4.29 | Akun <i>Facebook</i> Hyatt Regency Yogyakarta | 118 |

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Linda Belabekti Sugmawati
No. Mhs : 314100699
Program Studi : Pengeloaan Perhotelan
Judul Skripsi : Peranan *Public Relations* Dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Hotel Hyatt Regency Yogyakarta.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 30 Juni 2018

Linda Belabekti Sugmawati

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta pada bulan April 2018, dengan judul Skripsi “Peranan *Public Relations* dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keterlibatan PR sesuai perannya telah maksimal dalam penerapannya didalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hotel Hyatt Regency Yogyakarta serta untuk menggambarkan secara garis besar kegiatan-kegiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hyatt Regency Yogyakarta yang telah dilaksanakan selama 3 tahun terakhir.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menjelaskan dan mendeskripsikan hasil data penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi data perusahaan dan dokumentasi pribadi. Analisis data dilakukan melalui tahap-tahap reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Selain itu peneliti juga menganalisis Peranan *Public Relations* ke dalam 4 strategi mendasar yang perlu diketahui praktisi *Public Relations* dalam menjalankan peranannya menurut Cutlip & Center, 4 strategi tersebut ialah: *Fact Finding*, *Planning & Programming*, *Action & Communicating*, dan *Evaluation*. Peneliti juga menganalisis kegiatan CSR Hyatt Regency Yogyakarta kedalam jenis-jenis CSR yang dikategorikan oleh Kotler dan Lee, yaitu: *Cause Promotions*, *Cause Related Marketing*, *Corporate Societal Marketing*, *Corporate Philanthropy*, *Community Volunteering* dan *Socially Responsible Business Practice*.

Berdasarkan hasil penelitian, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta memiliki *purpose* “*we care to people so they can be their best*”, dimana *purpose* tersebut dijadikan acuan dasar dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR di Hyatt Regency Yogyakarta dikelola dalam bentuk gerakan yang disebut *Hyatt Thrive*. Terdapat 4 pilar dalam *Hyatt Thrive* yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan CSR, 4 pilar tersebut meliputi pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup dan ekonomi. Kegiatan CSR Hyatt Regency Yogyakarta lebih banyak bergerak pada jenis *Corporate Philanthropy*, *Community Volunteering*, *Cause Promotions* dan *Socially Responsible Business Practice*. Program CSR Hotel Hyatt Regency Yogyakarta melibatkan peranan PR dalam pelaksanaannya tetapi hanya lingkup peranan teknis saja, yaitu seputar komunikasi dengan mengundang dan bekerjasama dengan media, *press release*, publikasi melalui media sosial, mengundang pejabat pemerintahan terkait dan dokumentasi. Sedangkan segala keputusan program CSR berada dibawah kendali *Human Resources Departement* Hotel Hyatt Regency Yogyakarta.

Kata Kunci: Public Relations, Corporate Social Responsibility, Industri Perhotelan.

ABSTRACT

This research was conducted at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in April 2018, with the title "Public Relations Role in Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Program". The purpose of this study is to determine whether the involvement of public relations in accordance with its role has been maximized in its application in the CSR activities of Hotel Hyatt Regency Yogyakarta and to describe in general the activities of Hyatt Regency Yogyakarta CSR program that has been implemented for the last 3 years.

This research uses descriptive qualitative research method to explain and describe the result of research data. Data collection is done by observation, interview, documentation of corporate data and personal documentation. Data analysis is done through data reduction stages, data presentation and conclusions. In addition, researchers also analyze the role of PR into 4 fundamental strategies that need to know public relations practitioners in running its role according to Cutlip & Center, those 4 strategies are: Fact Finding, Planning & Programming, Action & Communicating, and Evaluation. Researchers also analyzed the activities of Hyatt Regency Yogyakarta CSR into the types of Corporate social Responsibility categorized by Kotler and Lee, namely: Cause Promotions, Cause Related Marketing, Corporate Societal Marketing, Corporate Philanthropy, Community Volunteering and Socially Responsible Business Practice.

Based on the research result, Hyatt Regency Yogyakarta Hotel has the purpose of "we care to people so they can be their best", where the purpose is used as the basic reference in implementing CSR program. The CSR program of Hyatt Regency Yogyakarta is managed in the form of a movement called Hyatt Thrive. There are four pillars in Hyatt Thrive that are used as guidance in implementing CSR, the four pillars are: education, health, environment, and sustainable economy. CSR activities of Hyatt Regency Yogyakarta are more active in Corporate Philanthropy, Community Volunteering, Cause Promotions and Socially Responsible Business Practice. The Hyatt Regency Yogyakarta Hotel CSR program involves the role of PR in its implementation but only the scope of the technical role, which involves communication by inviting and collaborating with the media, press releases, publications through social media, inviting relevant government officials and documentation. While all the decisions of CSR programs are under the control of Human Resources Department of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel.

Keywords: Public Relations, Corporate Social Responsibility, Hospitality Industry.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya dan juga memiliki tempat pariwisata yang menarik untuk dikunjungi. Beraneka ragam budaya dan keindahan alam yang dimiliki Indonesia menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Salah satu sektor pariwisata yang berkembang pesat di Indonesia saat ini adalah pada bidang perhotelan, terutama di kota Yogyakarta. Jika kita melihat bahwa di Yogyakarta semakin banyak dibangun hotel-hotel baru, mulai dari hotel bintang 3 hingga bintang 5. Tentunya dengan semakin banyaknya hotel-hotel baru tersebut, maka persaingan dalam merebut perhatian wisatawan pun semakin ketat. Salah satu upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya di mata *public* adalah dengan menjaga hubungan baik dengan masyarakat.

Kini fakta telah menunjukkan bahwa tak sedikit perusahaan atau organisasi yang berdiri dan tumbuh ditengah-tengah kalangan masyarakat. Sehingga, tumbuhnya perusahaan atau organisasi tersebut akan berdampak pada masyarakat sekitar perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak tersebut bisa jadi dampak yang bersifat positif atau bahkan negatif. Oleh karena itu, perusahaan atau organisasi memang

sangat diperlukan untuk bertanggungjawab atas keberadaan mereka, apapun dampak yang mereka timbulkan kepada masyarakat atau lingkungan sosial sekitar mereka.

Belakangan ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri mulai menjadi isu yang sangat penting tidak hanya bagi perusahaan itu sendiri, tetapi juga secara teori dan praktik nyatanya. Secara awam, sebenarnya konsep CSR itu adalah bentuk tanggungjawab sosial dari sebuah perusahaan atau organisasi kepada masyarakat mereka. Bentuk tanggungjawab tersebut dapat berupa sebuah program yang memang direncanakan sedemikian rupa dan juga dilaksanakan oleh perusahaan itu. Bentuk program yang dimaksud tersebut pun juga bermacam-macam, disesuaikan dengan tujuan perusahaan dan kebutuhan masyarakat yang menjadi sasaran atau target mereka. Tanggungjawab perusahaan yang dimaksudkan adalah bagaimana perusahaan memberikan kembali apa yang mereka miliki atau apa yang telah mereka dapatkan untuk masyarakat, yang nantinya akan berdampak pada perusahaan itu sendiri pula.

Kini perusahaan maupun organisasi, baik profit maupun non profit, berbondong-bondong membuat program CSR mereka. Hal ini terjadi karena perusahaan atau organisasi mulai menghadapi fakta dan kenyataan bahwa publik semakin pintar dalam menilai kredibilitas perusahaan atau organisasi. Kualitas produk kini bukanlah jaminan utama bagi keberlangsungan perusahaan. Kualitas atau ketenaran produk mulai

bergeser karena adanya citra perusahaan atau organisasi di mata publiknya.

Citra dan kinerja positif dari perusahaan inilah yang harus dibangun oleh sebuah perusahaan dan yang akan menjadi tantangan bagi perusahaan di kemudian hari. Citra positif dapat dibangun salah satunya dengan cara melihat bagaimana keterlibatan perusahaan dalam memberikan kontribusinya kepada masyarakat dan bagaimana perusahaan mengelola dan menjalankan proses pemberian kontribusi tersebut. Hal inilah yang kemudian mendasari lahirnya sebuah konsep CSR. Bukan yang utama, tetapi dapat menjadi salah satu faktornya.

Di Indonesia sendiri, sekarang perihal CSR ini telah disahkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang tertera pada UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Dalam UU tersebut dijelaskan bahwa perusahaan harus terlibat dalam Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Hal ini tentu saja ditujukan demi meningkatkan kualitas lingkungan dan kehidupan sosial perusahaan dengan masyarakatnya dan untuk keberlangsungan pembangunan ekonomi negara. Dalam Nurdizal (2011: 37), juga dijelaskan bahwa ISO 26000 memuat CSR ini sebagai bentuk perusahaan yang peduli pada masyarakatnya. Yang mana saat ini sedang menjadi aspek paling penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Selain memfokuskan pada aspek lingkungan (ISO 14000) dan aspek kualitas (ISO 9000).

Berdasarkan hal mengenai aktivitas CSR yang harus dilaksanakan dengan berlandaskan kerelaan bukan paksaan, menurut data riset majalah SWA (majalah bisnis terkemuka) dalam Isa (2011: 125) kini terdapat sekiranya 3 (tiga) alasan mengapa perusahaan melakukan CSR. *Pertama*, alasan sosial yang menjelaskan bahwa perusahaan ikut bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat. *Kedua*, adalah alasan hukum yang mana telah dijelaskan secara rinci dalam Undang-Undang yang telah dibuat pemerintah. Dan *ketiga*, adalah alasan ekonomi yang bermaksud bahwa perusahaan membutuhkan citra dan reputasi yang positif sehingga mendapat simpati dari masyarakat dan pada akhirnya akan mendapatkan keuntungan. Riset yang dilakukan terhadap 45 perusahaan tersebut menunjukkan hasil bahwa 37,38% CSR bermanfaat untuk alasan ketiga, 16,82% untuk alasan pertama, dan sebesar 10,28% untuk alasan kedua.

Salah satu gagasan yang tercipta karena adanya kegiatan program CSR ini adalah bahwa CSR merupakan salah satu kegiatan yang melibatkan langsung publik perusahaan. Publik tersebut termasuk publik eksternal maupun internal. Karena kegiatan tersebut melibatkan publik, maka dalam kegiatan CSR memerlukan sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan atau komunikasi perusahaan (*Corporate communication*).

Komunikasi perusahaan merupakan kegiatan komunikasi yang biasanya dilakukan atau dikelola oleh *Public Relations* perusahaan tersebut. Alasan penerapan tersebut adalah karena kegiatan komunikasi

perusahaan merupakan salah satu dasar kompetensi yang harus dimiliki seorang praktisi PR. Kompetensi untuk dapat melakukan komunikasi kepada para pemangku kepentingan perusahaan tersebut adalah salah satu kemampuan PR yang mana dapat merepresentasikan perusahaannya. Hasil dari kegiatan komunikasi tersebut lah yang kemudian dapat mempengaruhi reputasi perusahaan berkaitan dengan seberapa besar kepercayaan *stakeholders* tersebut kepada perusahaan. Namun disamping itu, reputasi perusahaan juga dapat tercipta dari kinerja dan bentuk komunikasi yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, dalam melakukan komunikasi dalam penerapan program CSR, peranan PR memang sangat diperlukan.

Beberapa studi telah dilakukan untuk melihat fakta keterkaitan antara posisi praktisi PR dan keterlibatannya dalam kegiatan CSR perusahaan. Pada tahun 2000, Fitzpatrick melakukan penelitian terhadap 150 CEO di negara bagian Amerika Serikat, yaitu Dallas. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa hanya 25% CEO yang memungkinkan mengikutsertakan praktisi PR dalam program CSR mereka. Ditambah menurut Lindenmann dan Lapetina hal itu dikarenakan menurut mereka praktisi PR kurang memiliki wawasan mengenai isu sosial maupun politik. Sedangkan menurut Moss, Warnaby & Newman, secara umum peranan PR sebaiknya juga ikut andil dalam kepentingan perusahaan karena pada dasarnya PR memiliki kemampuan strategik yang dapat diterapkan di perusahaan. (Irmulan,dkk. 2011: 125).

Padahal dalam kaitannya dengan program CSR ini, PR dapat berperan dalam mengawasi dan ikut menentukan ketika perusahaan mengambil keputusan. Terutama dalam program CSR ini, agar CSR dalam sebuah perusahaan tersebut tidak hanya sebuah program melainkan memang sebuah bentuk nyata tanggungjawab dari perusahaan untuk masyarakat.

Oleh karena berdasarkan beberapa fakta tersebut yang memaparkan bahwa CSR perlu dilakukan didalam sebuah perusahaan. Terutama di dalam kegiatan CSR memuat kegiatan komunikasi korporat yang mana membutuhkan kompetensi seorang praktisi PR untuk dapat melakukannya. Maka sangat penting untuk mengetahui, seiring dengan perkembangan CSR di perindustrian sekarang ini, apakah keterlibatan PR sesuai perannya juga telah maksimal dalam penerapannya.

Hyatt Regency Yogyakarta merupakan salah satu hotel bintang lima bertaraf internasional, terletak di Jl. Palagan Tentara Pelajar Yogyakarta, yang sangat aktif menjalankan kegiatan program CSR mereka. Puncak keberhasilan mereka dalam menjalan kegiatan CSR mereka adalah ketika pada tahun lalu dan tahun ini, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta dapat meraih prestasi menjuarai penghargaan sebagai Green Hotel se-ASEAN. <http://jogja.tribunnews.com/2018/02/02/hyatt-regency-yogyakarta-terima-asean-green-hotel-standart-award-2018>, (diakses 26 Maret 2018), serta mendapatkan apresiasi dari Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Sleman dengan diterimanya Penghargaan Pengelolaan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) terbaik dari Bupati Sleman,.
<http://www.jatengpos.com/2017/08/hotel-di-jogja-hyatt-regency-yogyakarta-menerima-penghargaan-pengelolaan-csr-di-sleman-840969>,
(Diakses 26 Maret 2016).

Berdasarkan riset yang dilakukan Fitzpatrick di Dallas pada tahun 2000 yang telah diuraikan diatas, memperkuat fakta bahwa posisi PR masih belum benar-benar seperti sebagaimana dengan teori yang ada. Hal tersebut semakin menarik minat peneliti dalam melakukan penelitian ini untuk menjelaskan dan menggambarkan bagaimana peranan PR dari hotel Hyatt Regency Yogyakarta dalam menjalankan CSR-nya. Sedangkan batasan penelitian ini adalah peneliti akan memfokuskan pada peran PR sesuai dengan keempat strateginya menurut PR profesional. Sedangkan untuk program CSR akan memfokuskan pada jenis-jenis CSR.

Oleh karena itu, sesuai dengan tema dan judul penelitian maka yang menjadi objek penelitian tentang Peranan *Public Relations* dalam pelaksanaan program CSR ini adalah Hotel Hyatt Regency Yogyakarta.

B. Fokus Masalah

Untuk mempermudah penelitian yang dilakukan dan fokus pada tujuan, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai batasan masalah agar pembahasannya tidak meluas dan lebih terfokus. Untuk itu peneliti menetapkan bahwa penelitian ini membahas mengenai peranan yang dilakukan oleh *public relations* dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility* (CSR) Hotel Hyatt Regency Yogyakarta

serta untuk pendiskripsian kegiatan CSR Hyatt Regency Yogyakarta, penulis hanya fokus pada kegiatan CSR yang telah dilaksanakan selama 3 tahun terakhir.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus masalah penelitian, maka yang hendak penulis capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah keterlibatan PR sesuai perannya telah maksimal dalam penerapannya didalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hotel Hyatt Regency Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dan menggambarkan secara garis besar kegiatan-kegiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hyatt Regency Yogyakarta apa saja yang telah dilaksanakan selama 3 tahun terakhir.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang akan dilaksanakan, diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya yang lebih relevan dengan penelitian ini.
 - b. Untuk mendukung adanya penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan atau melakukan penelitian di bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, kita dapat memahami bagaimana urgensi dan peran sebuah perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.

3. Manfaat Sosial

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini akan berguna bagi masyarakat luas yang mempunyai bidang ketertarikan yang sama. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan bagi kelompok yang berkepentingan untuk menjadi referensi dan dapat menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat.