

ABSTRAK

Universita Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Deri Hazwara (20120530184)

Strategi Internalisasi Program *Smile Campaign* di Hyatt Regency Yogyakarta

Tahun : 2016 + 113 Halaman + 3 Tabel + 39 Gambar + 25 Lampiran

Daftar Pustaka : 34 Buku + 1 Jurnal + 2 Skripsi

Internalisasi merupakan satu hal yang penting bagi sebuah perusahaan dalam menanamkan nilai-nilai dan budaya yang dimiliki perusahaan. Hal ini pulalah yang mendorong Hyatt Regency Yogyakarta untuk menginternalisasikan budaya perusahaan kepada keseluruhan staff yang bekerja di Hyatt Regency Yogyakarta. Penanaman nilai budaya ini akan memberikan sentuhan lembut kepada karyawan untuk tetap tersenyum dalam bekerja dan tentunya juga akan berpengaruh terhadap nilai yang akan diberikan pengguna jasa hotel terhadap Hyatt Regency Yogyakarta.

Budaya adalah suatu sistem yang diyakini dan dianut sebagai pola perilaku maupun cara pandang terhadap suatu hal oleh seluruh komponen perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, senyum dipilih sebagai budaya perusahaan di Hyatt Regency Yogyakarta. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, diawali dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan analisis data kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Objek dalam penelitian ini yaitu Hyatt Regency Yogyakarta yang merupakan penyedia jasa Hotel. Pengambilan informan dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Sementara Pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam dan studi dokumentasi yang dimiliki Hyatt Regency Yogyakarta Khususnya pada *human resources department*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan *smile campaign* yang dijalankan oleh *human resources department* Hyatt Regency Yogyakarta sudah berjalan dengan baik. Hasil Menunjukkan bahwa apa yang dirasakan oleh karyawan terhadap Hyatt sudah dapat menggambarkan bagaimana keharmonisan yang ada didalam suasana kerja karyawan. Disisi lain penilaian evaluasi yang diberikan oleh Karyawan terhadap Hyatt Regency Yogyakarta juga menuai pujian. Namun saja, ada kekurangan yang dirasa harus dilengkapi yaitu bagian Evaluasi. Tidak adanya evaluasi khusus menjadikan program ini tidak mempunyai *review* dan tak ada meninjau ulang kembali dari efektivitas program yang dijalankan.

Kata Kunci: Smile Campaign, Internalisasi, Budaya Perusahaan

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication Science

Concentration of Public Relations

Deri Hazwara (20120530184)

Strategy of Internalization of Smile Campaign Program in Hyatt Regency Yogyakarta

Tahun : 2016 + 113 Pages + 3 Tables + 39 Images + 25 Appendices

Daftar Pustaka : 34 Books + 1 Journal + 2 Minithesis

Internalization is one that is important for a company in instilling the values of the culture of the company. This encourages Hyatt Regency Yogyakarta to internalize corporate culture to the entire staff that works at the Hyatt Regency Yogyakarta. This cultural value investment would give a soft touch to employees to keep smiling in the works and also affect the value of which will be given to the Hyatt Regency Yogyakarta hotel service users.

Culture is a system that is believed and embraced as a pattern of behavior and the perception of a thing by all components of the company (Sobirin, 2003). The method used in this research is descriptive qualitative, starting with data collection, data reduction, data presentation and analysis of the data and then ends with a conclusion. The object of this research is the Hyatt Regency Yogyakarta which is a provider of hotel services. Taking informants by using purposive sampling and data collection is done by in-depth interviews and documentation study that owned the Hyatt Regency Yogyakarta especially on Human Resources Department.

This study concluded that the activities of Smile Campaign undertaken by the Human Resources Department Hyatt has been good. The results show that what is perceived by employees against Hyatt already can describe how the harmony that exist in the atmosphere of the employee. On the other hand, the evaluation ratings given by employees to the Hyatt Regency Yogyakarta also reap praise. However, any defects must be completed is part of the evaluation. No evaluation to make this program does not have a review and there is no track of the back of the effectiveness of the programs which had implement.

Keywords: Smile Campaign, Internalization, Corporate Culture.