

Interview Guide

Nurchahyadi, General Manager Hyatt Regency Yogyakarta

1. Apa yang mendasari Program “*Smile Campaign*” ini diterapkan ?

Jawab : “*Smile Campaign* hanya ada di Hyatt *Regency* Yogyakarta. Program ini tidak akan kamu temukan di manapun. ini yang membedakan kita dengan hotel lain. Termasuk dalam sesama Hyatt sekalipun. Program ini untuk membuat kenyamanan dari karyawan untuk karyawan sendiri dalam pekerjaan mereka”. [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

2. Mengapa harus program *campaign* ?

Jawab : “*Campaign* menjadi salah satu cara yang akan persuasif dalam mengajak seseorang untuk tersenyum. Senyum adalah hal yang baik dan tentunya akan membuat peregangan syaraf pada wajah berpahala lagi. Untuk melakukan senyum tentu ga bisa kalau karyawan harus didikte. Tentunya, senyum tidak akan natural. Untuk membuat senyum menjadi natural tentu kamu haru menemukan cara yang perusasif seperti penggunaan *ambient media* dan beberap program yang bertujuan untuk malancarkan target dari *smile campaign*”, [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*. Hasil Wawancara 23 Juni 2016]

3. Mengapa objek *campaign* yang diambil adalah *Smile* ?

Jawab : “Sebuah komunikasi yang baik tidak harus dimulai dengan sebuah ucapan. Senyum bisa menjadi alat komunikasi yang hangat yang bisa membuat orang yang menerima senyum akan merasa dianggap keberadaannya dan kemudian akan menimbulkan semangat kerja pada dirinya,” [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

4. Apakah Hyatt *Regency* Yogyakarta sudah mempunyai Budaya sebelumnya ?

Jawab: “Dulu sebenarnya Hyatt *Regency* Yogyakarta sudah mempunyai budaya perusahaan yang merupakan turunan dari Hyatt pusat yaitu di Cichago. Namun dirasanya ada kekurangan dalam pelaksanaannya hingga kemudian dibuat lah *smile campaign* menjadi sebuah sub budaya yang hanya ada di Hyatt *Regency* Yogyakarta” [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

Pratiwi Damayanti, Director of Human Resources Hyatt Regency Yogyakarta

1. Bagaimana perumusan perencanaan program *smile campaign* ?

Jawab : “*Smile Campaign* bermula celetukan ide pak Nur Cahyadi selaku general manager Hyatt Regency Yogyakarta. Kemudian penerapan bagaimana yang akan digunakan akan menjadi tanggung jawan *Human Resoruces Department* dan akan didiskusikan kepada bagian manajerial.”, [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016].

2. Siapa target sasaran dari program *smile campaign* ?

Jawab : “Jelas yang menjadi sasaran dari program ini adalah seluruh karyawan yang ada di Hyatt *Regency* Yogyakarta. Baik yang langsung bersentuhan langsung dengan tamu mapun bagian administrasi atau bagian lainnya yang tidak langsung ketamu. Karena bagi kita *human resources*, kita ingin menjadikan senyum sebagai kebutuhan pada seluruh karyawan”, [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016].

3. Apa yang mendasari sehingga Ambient Media dipilih sebagai cara untuk mengkomunikasikan?

Jawab : “Penggunaan *Ambient Media* adalah satu hal yang dirasa sangat cocok untuk program ini. Karena ga mungkin kita disetiap saat disetiap harinya ngingetin untuk senyum pada semua karyawan kan ?. nah untuk itu kita butuh satu media yang bisa menjadi *reminder* bagi semua karyawan”, [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016].

4. Siapa yang menjadi komunikator dalam program ini dan mengapa memilih komunikator tersebut ?

Jawab : “*Assistant learning and Development* menjadi orang yang bertanggung jawab dan akan menyampaikan pesan kepada keseluruhan karyawan. Dari posisi jabatan kita dapat melihat apa yang menjadi peran dari arindra dalam *Human Resources*”, [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016].

5. Bagaimana Proses perumusan pesan dibentuk ?

Jawab : “Perumusan yang dilakukan itu lebih kesaya dan assitan learning manager. Awalnya ide kita tidak langung pada ambient media sebagai media komunikasi yang digunakan. Sempat kita memakai dan memajang beberapa senyum terbaik yang kita dapatkan dari beberapa sumber dan kemudian dipajang di masing-masing departemen. Selanjutnya masing masing karyawan akan melihat senyum mereka sendiri didepan kaca dan menilai senyum mereka sendiri. Sampai pada tahap akhir ambient media kita pilih. Karena tidak mungkin bagi kita untuk tiap saat mengingatkan karyawan untuk tetap tersenyum. Ambient media sebagai alat yang dapat membantu kita dalam mengingatkan kembali karyawan untuk tersenyum”, [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016].

6. Langkah apa saja yang dilakukan dalam penyampaian pesan ?

Jawab: “tahapannya diawal kita akan menjelaskan bahwa Hyatt *Regency* Yogyakarta mempunyai sebuah program Campaign dengan senyum sebagai alatnya. Tentunya kita akan menjelaskan apa manfaat dari senyum itu sendiri. Baik manfaat positif yang didapatkan oleh masing-masing pribadi dari hanya sebuah senyum. Selanjutnya akan menjadi pekerjaan semua orang untuk melayani tamu dengan baik dan memuaskan. Tentunya nanti akan berpengaruh kepada penilaian medalia record. Setelah sudah mendapatkan materi. Diakhir materi akan ada sebuah latihan kecil untuk memberikan senyum terbaik. Seterusnya setelah training ini masing-masing karyawan ataupun trainee akan tetap terus diingat kan. Tetapi dengan *ambient media* sebagai alat komunikasi yang digunakan dalam penyampaian pesan”, [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016].

7. Apa yang sebenarnya di harapkan pada *Smile Campaign* ?

Jawab : “*Smile Campaign* akan menjadi pemersatu bagi seluruh karyawan dan perusahaan dengan *stakeholder* untuk menjadikan Hyatt sebagai hotel yang menjadi *the land of smile* yang tentu aja membedakan hotel ini dengan hotel lain. *Human Resources* punya 3 Staf, 1 *Manager* dan 1 *Assistant Learning Manager*. Saya rasa Senyum yang baik dimulai *office* saya dulu. Faktanya tidak berapa lama setelah menjalankan program ini banyak hal yang berubah. Kami Sendiri dari *Human Resources* tidak mempunyai target untuk efektifitas program ini. Karena pada dasarnya senyum itu tidak dapat dipaksakan, harus perlahan. Itu kaya *Life time Process*, kita ga bisa maksain dia untuk tersenyum. Tapi kita selaku

sumber daya manusia akan menjadikan senyum ini sebagai sebuah kebutuhan untuk semua karyawan yang ada disini. Baik yang bersentuhan langsung dengan tamu maupun tidak. Apakah kamu ngerasa setiap kali kamu lewat lorong karyawan ini tidak mungkin tidak ada yang tersenyum. Dan yang paling mencolok ialah penilaian Medalia yang membaik disetiap harinya. Karena pelayanan yang tulus dari karyawan untuk tamu,” [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016].

8. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk melihat keefektifitasan program ?

“*Smile Campaign* akan menjadi pemersatu bagi seluruh karyawan dan perusahaan dengan *stakeholder* untuk menjadikan Hyatt sebagai hotel yang menjadi *the land of smile* yang tentu aja membedakan hotel ini dengan hotel lain. *Human Resources* punya 3 Staf, 1 *Manager* dan 1 *Assistant Learning Manager*. Saya rasa Senyum yang baik dimulai *office* saya dulu. Faktanya tidak berapa lama setelah menjalankan program ini banyak hal yang berubah. Kami Sendiri dari *Human Resources* tidak mempunyai target untuk efektifitas program ini terhadap karyawan. Karena pada dasarnya senyum itu tidak dapat dipaksakan, harus perlahan. Itu kaya *Life time Process*, kita ga bisa maksain dia untuk tersenyum. Tapi kita selaku sumber daya manusia akan menjadikan senyum ini sebagai sebuah kebutuhan untuk semua karyawan yang ada disini. Baik yang bersentuhan langsung dengan tamu maupun tidak. Tapi untuk jangkup pendek dengan adanya program ini kita berharap penilaian medalia yang diberikan oleh pengguna jasa hotel kita akan terus membaik dengan pelayanan prima yang diberikan. Apakah kamu ngerasa setiap kali kamu lewat lorong karyawan ini tidak mungkin tidak ada yang tersenyum. Dan yang paling mencolok ialah penilaian Medalia yang membaik disetiap harinya. Karena pelayanan yang tulus dari karyawan untuk tamu,” [Pratiwi Damayanti, *Director of Human Resources*, Wawancara tanggal 23 Juni 2016]

9. Bagaimana Evaluasi yang dilakukan untuk Program *Smile Campaign* ?

Jawab : “Kami tidak melakukan evaluasi atau *review* untuk mengetahui berada di tingkatan mana pemahaman karyawan dan trainee mengenai kampanye ini dan untuk mengetahui media komunikasi apa yang paling efektif dan efisien untuk mengkomunikasikan dan mengingatkan mereka, bagi kami ketika mereka sudah memberikan senyumannya saat sedang bekerja maka mereka sudah ada pada tingkatan afektif tidak sekedar pada kognitif mereka. Jika suatu waktu kita temui mereka sedang murung, menurut kami itu bukan karena sosialisasi dan media komunikasi yang sudah kami berikan kurang baik, namun karena mereka sedang berada pada kondisi tertentu,”

[Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

Arindra Siswardhana, Learning Manager Hyatt Regency Yogyakarta

1. Media apa saja yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan ?

Jawab : “Media yang kita gunakan yang jelas itu hampir keseluruhan kita gunain ambient media dari apa yang kamu liat sendiri. Selanjutnya kita juga punya kalender yang berisikan sesuai hari kelahiran dan tanggal ulang tahun dari setiap karyawan. Nanti mereka bisa bawa pulang dan akan dipajang oleh masing-masing karyawan. Sisi lain kita juga menggunakan penyampain materi melalui prezi dan beberapa foto yang baik dan tulus dalam memberikan senyuman”, [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

2. Seberapa sering media itu digunakan?

Jawab : “intensitas media yang kami gunakan seperti ambient media dan alat lainnya jelas setiap hari disaat jam operasional sedang berjalan. Untuk penjelasan materi secara lisan dan menggunakan prezi hanya pada saat orientasi kepada trainee baru baik yang batch 1 ataupun batch 2. Selanjutnya juga akan dilakukan kepada *new hire*”, [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

3. Seberapa efektif media yang digunakan ?

Jawab : Efektif media yang digunakan akan bisa kami lihat pada medalia dan gallup. Kabar baiknya adalah Setelah adanya program ini penilaian medalia terhadap hotel ini membaik dan terus konsisten walaupun ada beberapa yang memberikan resume kurang baik. Untuk gallup hyatt *regency* Yogyakarta menjadi hotel dengan nilai kesejahteraan dan kebahagiaan tertinggi di beberapa jenis Hyatt yang ada di Indonesia. Namun datanya belum keluar. Jadi yang kamu bisa lihat hanya hasil pada tahun 2015”, [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

4. Bagaimana respon dari penerima pesan (karyawan) ?

Jawab : “terkait respon yang kita dapat dari masing-masing karyawan cukup menyambut program ini dengan baik. Walaupun senyum terbaik dari masing-masing orang akan keluar dengan waktu yang singkat. Bagi beberapa orang yang mudah untuk tersenyum, program ini akan sangat mudah. Nah, orang

orang yang mudah tersenyum ini lah yang kemudian akan dijadikan duta senyum Hyatt Regency Yogyakarta. Pemilihan duta senyum pun dari berbagai departemen yang dirasa akan sangat membantu manajemen dalam melancarkan program ini”, [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

5. Dimana lokasi penyampaian pesan ?

Jawab : “Lokasi yang digunakan dalam penyampaian pesan adalah ruang *Human Resources* ataupun Ballroom Hyatt Regency Yogyakarta. Penggunaannya juga tergantung kepada jumlah peserta orientasi yang akan mengikuti pelatihan”, [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

6. Kenapa menggunakan tempat tersebut ?

Jawab : “Pemilihan tempat orientasi dipilih sebagai tempat yang nyaman dan tenang dalam proses belajar mengajar. Jadi secara singkat proses penentuan tempat juga akan menentukan berjalannya proses komunikasi secara tepat atau tidak”, [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

7. Faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung dalam berjalannya program ?

Jawab : “Beberapa hal yang dirasa menghambat ialah terkait kurangnya kesadaran dari masing-masing karyawan dalam menjalankan program yang diusung. Tapi jelas itu menjadi jawaban kita sebagai *Human Resources Department*. Pendukung kita dalam program ini jelas dengan adanya ambient media yang digunakan sebagai media komunikasi yang setiap waktu dapat menjadi *reminder* bagi setiap karyawan”, [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager*. Hasil wawancara, 10 Juni 2016].

8. Apa Makna dari sebuah senyuman itu sendiri dan tentunya kepedulian seperti apa yang ingin dicapai ?

Jawab : “Program ini sejatinya hanya ada di Hyatt Regency Yogyakarta. Hyatt Lain, baik Indonesia maupun Hyatt di beberapa negara lain belum mempunyai Program yang senada dengan ini. Terlebih memberikan training secara khusus tentang Smile yang tulus *from our deepest heart*. Dengan ini (*Smile Campaign*) kami berharap *Who come as guest? will go as a friend!*”

[Arindra, *Assisten Manager HRD Hyatt Regency Yogyakarta*, 29 Januari 2016].

“Setiap departemen apapun itu diharapkan dan dihimbau untuk peduli terhadap apa yang menjadi tanggung jawab orang lain. Ketika salah satu dari mereka membutuhkan tenaga tambahan untuk mengerjakan sesuatu. Sebagai contoh: Housekeeping sering sekali membawa banyak seprai atau sarungan bantal setelah dipakai dan kemudian dibawa ke linen atau tempat pencucian barang. Diperjalannya ketika karyawan melihat sebaiknya membantu apa yang mereka kerjakan walaupun itu hanya hal kecil. Tapi bisa membuat tempat kerja serasa harmonis” [Arindra Siswardhana, *Assistan Learning & Development Manager Hasil Wawancara 4 Juni 2016*]

9. Apa Hotel sesama Hyatt mempunyai sebuah Program yang sama seperti *Smile Campaign* ?

Jawab : “Dulu sebenarnya Hyatt *Regency Yogyakarta* sudah mempunyai budaya perusahaan yang merupakan turunan dari Hyatt pusat yaitu di Cichago. Namun dirasanya ada kekurangan dalam pelaksanaannya hingga kemudian dibuat lah smile campaign menjadi sebuah sub budaya yang hanya ada di Hyatt Regency Yogyakarta”[Arindra Siswardhana, *Assistant Learning & Development Manager. Hasil wawancara, 10 Juni 2016*].

Staff Operasional

1. Apa perbedaan sebelum dan setelah program diterapkan ?

Jawab : “Banyak hal yang sangat berbeda setelah program ini diterapkan. Semua orang harus tersenyum entah seburuk apapun mereka saat itu. Berbeda ketika saya waktu menjadi trainee di Hyatt semua orang ya sebagian pada biasa saja. Walaupun ada beberapa dari orang-orang disini yang memang bekerja dari hati. Menjadi hal yang sangat biasa ketika saya bisa mengetahui dan mengenal orang lain yang berada didepartemen lain. *Sales* atau *front office* misalnya. Dan kenyamanan ini pun, membuat saya sendiri nyaman untuk melakukan pekerjaan” [Agil Mahardika, *Bunquet event Hyatt Regency Yogyakarta*. Hasil wawancara, 8 Mei 2016].

2. Seberapa besar pengaruh senyum yang diberikan oleh sesama karyawan dalam mempertahankan keharmonisan suasana bekerja ?

Jawab : “Saya sudah lama sekali bekerja di Hyatt sejak tahun 1997. Sebelum program ini ada saya memang sudah terbiasa untuk senyum dan menjadi sebuah kesenangan bagi saya untuk membuat orang lain tersenyum. Jadi ketika sudah di program kan. Saya begitu cepat beradaptasi dengan program ini. Senyum hal yang sederhana yang bisa menebarkan kenyamanan bagi orang lain tentunya. Training sudah diberikan bagaimana kita akan terus tersenyum dengan hati yang ikhlas. Itu pun akan terlihat mana kemudian senyum yang berasal dari hati. Walaupun masih ada beberapa orang yang malas sekali untuk tersenyum ria. Smile meter itu sangat unik. Bisa mengingatkan terus bagi setiap karyawan untuk terlalu tersenyum. Setiap dia ngaca dia akan selalu melihat mana indikasi smile hyatt yang bagus dan mana yang tidak bagus. Terkait senyum yang tulus itu balik lagi ke *person* orangnya masing-masing. Mau ditraining sehebat apapun kalau personnya tidak oke ya ga bakal bagus. Kerja pake hati yang ditanamkan. [Jhon Bosco, *Team leader FB service*. Hasil Wawancara, 8 Mei 2016].

Hasil Observasi

Deskripsi Umum

Senyum adalah satu hal yang dapat membangun komunikasi tanpa harus memulai dengan komunikasi verbal terlebih dahulu. Senyum juga merupakan komunikasi non verbal yang dapat melambangkan sifat keterbukaan dari komunikator

Deskripsi Bagian

Senyum menjadi satu budaya yang melekat dan selalu ditemukan dimana karyawan Hyatt Regency Yogyakarta berada. Senyum menjadi sebuah pola perilaku yang ada di perusahaan ini. Keterbukaan yang diberikan melalui senyum, Keramahan yang terpancar dari masing-masing karyawan serta saling menghargai dan membantu menjadi nilai yang ditanamkan di Perusahaan ini. Ada beberapa hal yang dapat disampaikan oleh peneliti yang pernah menjadi bagian dari Hyatt Regency Yogyakarta selaku trainee di Human Resources Hyatt Regency Yogyakarta.

No	Hal yang dilakukan	Hasil Observasi
1.	Pengenalan pada Materi Smile Campaign ?	- Masing-masing trainee akan dilatih untuk memberikan senyuman terbaiknya. Bagi yang belum memberikan senyuman terbaik akan menjadi catatan bagi Assistant Learning and Development Manager
2.	Pengenalan pada masing-masing departemen	- Trainee akan dilatih lagi oleh bagian departemen yang bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan prima terhadap tamu dan akan

		membangun kerja tim yang solid dari masing-masing departemen
3.	Senyum menjadi hal yang utama dilakukan dalam berkomunikasi .	<ul style="list-style-type: none"> - Sebelum memulai kegiatan komunikasi verbal senyum selalu menjadi pengantar utama. Setelah itu baru perkenalan akan dimulai. Beberapa karyawan dengan penuh rasa hormat akan memperkenalkan masing-masing diri mereka baik terhadap individu maupun kelompok - Senyum juga akan menjadi pengantar terhadap pelayanan yang ada kepada tamu. Setelah itu baru memulai sebuah pembicaraan
4.	Memberi dukungan terhadap salah satu karyawan yang belum atau sedang tidak tersenyum ?	<ul style="list-style-type: none"> - Contoh kecil yang dapat dilihat ketika asisten learning manager berjalan melewati karyawan yang kebetulan tidak tersenyum dengan baik. Biasanya arindra akan mengatakan , “Smile and be happy bro !!” ujarnya.

Deskripsi Manfaat

Senyum akan berpengaruh langsung terhadap perilaku karyawan. Baik Pemberi senyum maupun penerima senyum. Disisi lain ini juga berpengaruh kepada tingkat kepuasan tamu yang akan memberikan penilaian terbaik terhadap pelayanan prima karyawan hyatt pada medallia record.