

PROYEK AKHIR
IMPLEMENTASI PERAN HRD MEMBENTUK KARYAWAN
MENJADI LEBIH BIJAK MENGGUNAKAN ATRIBUT
PERUSAHAAN DALAM MEDIA SOSIAL DI b HOTEL BALI
& SPA



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

disusun oleh:
RONA FERONIKA SITORUS
2115744058

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025

PROYEK AKHIR
IMPLEMENTASI PERAN HRD MEMBENTUK KARYAWAN
MENJADI LEBIH BIJAK MENGGUNAKAN ATRIBUT
PERUSAHAAN DALAM MEDIA SOSIAL DI b HOTEL BALI
& SPA



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

disusun oleh:
RONA FERONIKA SITORUS
2115744058

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan penggunaan atribut perusahaan di B Hotel Bali & SPA serta permasalahan yang muncul dalam penerapannya. Latar belakang penelitian didasari oleh pentingnya atribut sebagai identitas profesional yang mencerminkan citra perusahaan di mata tamu. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman karyawan mengenai makna atribut, kendala pengawasan akibat sistem kerja bergilir, serta minimnya sosialisasi kebijakan menjadi faktor utama yang menghambat konsistensi penggunaan atribut. Kondisi ini berdampak pada ketidaksesuaian penampilan karyawan dengan standar yang diharapkan, sehingga mempengaruhi citra perusahaan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya penyusunan SOP yang lebih jelas, peningkatan pengawasan, serta sosialisasi berkelanjutan guna meningkatkan kesadaran karyawan terhadap pentingnya atribut sebagai bagian dari profesionalisme kerja.

Kata Kunci: Atribut Perusahaan; Kebijakan HRD; Citra Perusahaan; B Hotel Bali & SPA; Manajemen Sumber Daya Manusia

DAFTAR ISI

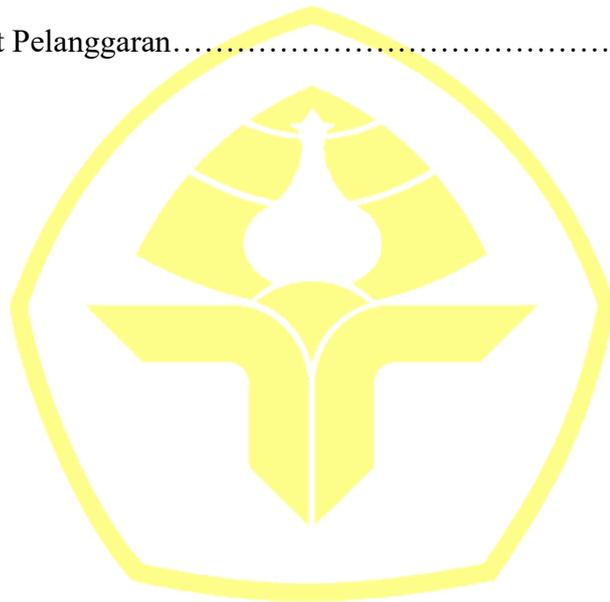
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROYEK AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematik penulisan Skripsi	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1 Telaah Teori 2.1.1 Citra Perusahaan	12
2.1.2 Peran HRD.....	15
2.1.3 Atribut Perusahaan	17
2.1.4 Media Sosial	18
2.2 Penelitian Sebelumnya	20
2.3 Kerangka Konsep	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Tempat Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.3 Sumber Data	26
3.3.1 Data Primer	26
3.3.2 Data Sekunder	26
3.4 Jenis Data	27
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	27

3.5.1 Observasi	27
3.5.2 Wawancara.....	28
3.5.3 Studi Pustaka.....	28
3.6 Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Perusahaan	30
4.2 Hasil Dan Pembahasan Penelitian	38
4.2.1 Peran HRD dalam membentuk kesadaran karyawan terhadap pentingnya menjaga citra perusahaan melalui penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA.....	38
4.2.2 Menganalisis permasalahan dan kendala HRD dalam membuat kebijakan penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA.	43
4.2.3 Memberikan solusi dalam kebijakan penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA.	51
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	64
4.3.1 Implikasi Teoritis	64
4.3.2 Implikasi Praktis	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

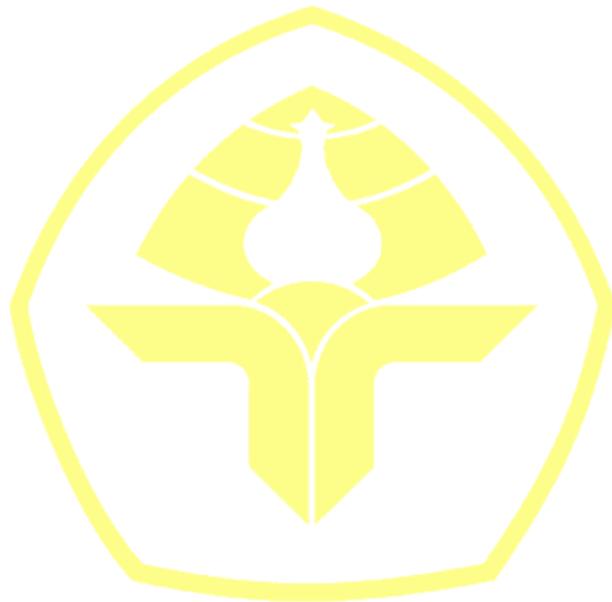
Tabel 1.1 Kasus Kesalahan Penggunaan Atribut.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 4.2 Permasalahan dan Kendala HRD b Hotel Bali & SPA.....	46
Tabel 4.3 Mekanisme Sosialisasi Kebijakan Penggunaan Atribut.....	50
Tabel 4.4 Mekanisme Pengawasan Etika Digital.....	57
Tabel 4.5 Tingkat Pelanggaran.....	60



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Konsep	22
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan.....	32



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perhotelan merupakan salah satu industri yang menjadi sektor ekonomi paling berpengaruh dalam pertumbuhan pariwisata di daerah mana pun di Indonesia. Industri perhotelan menyediakan beberapa layanan seperti penginapan, ruang pertemuan, restoran dan beberapa fasilitas lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut SK Menparpostel No. KM 37/PW 340/MPPT-86 (Siki dkk., 2022), hotel didefinisikan sebagai bentuk akomodasi yang memanfaatkan sebagian atau keseluruhan bangunan untuk menyediakan layanan penginapan, makanan, minuman, serta fasilitas penunjang lainnya kepada masyarakat, yang pengelolaannya dilakukan secara komersial. Di negara Indonesia, industri perhotelan ada dalam persaingan ketat di mana para pelaku usaha terus meningkatkan kualitas dalam pelayanan, produk, fasilitas dan inovasi dalam usaha perhotelan ini. Peningkatan kualitas ini dapat dilihat dari kepuasan pelanggan atau tamu yang menginap di setiap hotel tersebut. Menurut Studi Manajemen dkk., (2024), citra perusahaan adalah persepsi publik mengenai cara sebuah perusahaan

dijalankan. Citra perusahaan yang baik juga dapat menimbulkan pengaruh kepuasan pelanggan ataupun persepsi pelanggan.

Menurut Studi Manajemen dkk., (2024), konsumen akan merasa senang ketika perusahaan menyediakan fasilitas yang baik, dan kepercayaan mereka akan meningkat apabila juga memperoleh pelayanan yang memuaskan. Oleh sebab itu perusahaan seperti hotel yang memberikan pelayanan serta produk yang dijual dengan baik dapat membuat konsumen atau tamu yang menginap di hotel mmerasa senang dan puas. Ketika b Hotel Bali & SPA gagal dalam mempertahankan citra perusahaan maka pelanggan hotel tidak akan percaya sepenuhnya dengan hotel atau merasa tidak nyaman menginap di b Hotel Bali & SPA. Risikonya pendapatan hotel akan terus berkurang hanya dikarenakan kurangnya kepercayaan tamu terhadap hotel akibat citra perusahaan yang kurang bagus baik di masyarakat/lingkungan sekitar maupun di media sosial. Citra perusahaan yang terus menerus menurun mengakibatkan perusahaan atau b Hotel Bali & SPA akan kalah bersaing dengan hotel lain di sekitar daerah tersebut.

Salah satu aset terpenting bagi suatu perusahaan adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia atau biasa disebut karyawan yang bekerja di hotel merupakan salah satu bagian dalam mempertahankan citra perusahaan di b Hotel Bali & SPA. Bahkan, lebih dari sumber daya alam, daya saing manusia dalam suatu perusahaan menentukan keunggulannya. Kekuatan pengetahuan (knowledge) sumber daya manusia pada suatu perusahaan dapat menentukan daya saingnya. Setiap orang memiliki kemampuan, keahlian, dan kreativitas yang unik. Sumber Daya manusia memiliki peran strategis sebagai penentu keberhasilan atau

kegagalan dalam pencapaian kinerja di suatu persaingan usaha dalam dunia perhotelan. Dengan kata lain, pelaku organisasi sangat berhubungan dengan keberhasilan atau kegagalan organisasi dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah komponen penting dalam suatu perusahaan. Baik bentuk dan tujuannya, organisasi dibangun dengan visi yang berbeda untuk membantu manusia, dan mereka dikelola serta diawasi oleh manusia untuk mencapai misinya. Sumber Daya Manusia adalah komponen strategis dalam semua kegiatan kelembagaan/organisasi, apa pun bentuk dan tujuan organisasi tersebut (Ekonomi dkk., 2023). Setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing dengan guna mencapai tujuan usaha setiap perusahaan tersebut.

b Hotel Bali & SPA, sebagai salah satu hotel berbintang 4 di Denpasar Bali, menghadapi tantangan untuk mempertahankan citra perusahaan dengan melakukan pembentukan karakter karyawan menjadi lebih bijak dalam penggunaan atribut kerja dan media sosial merupakan salah satu cara untuk mempertahankan atau meningkatkan citra perusahaan. Tinggi dan besarnya ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan hotel dapat di perkirakan melalui citra perusahaan yang sudah berjalan sekian waktu. Disinilah implementasi peran *human resources department* dapat dikatakan penting. Di mana, *human resources* adalah salah satu tokoh atau divisi yang memastikan bahwa setiap karyawan yang bekerja memiliki karakter yang bijaksana dalam menggunakan atribut atau sarana perusahaan serta penggunaan media sosial pribadi. Memiliki karakter yang baik dalam beberapa hal di diri sendiri merupakan hal positif yang menjadi daya tarik untuk beberapa orang maupun perusahaan.

Dalam era digital yang berkembang dengan pesat, citra perusahaan menjadi salah satu aspek krusial dalam membangun kepercayaan publik dan keberlanjutan bisnis. Citra perusahaan tidak hanya dibangun melalui layanan dan produk yang ditawarkan, tetapi juga melalui perilaku dan tindakan karyawan, baik di lingkungan kerja maupun di ranah digital, khususnya media sosial. Oleh karena itu, implementasi peran *Human Resource Department* (HRD) dalam membentuk karakter karyawan dengan cara membimbing karyawan untuk lebih bijak dalam menggunakan atribut perusahaan serta media sosial menjadi sangat penting.

Dalam hal ini, perilaku karyawan turut andil dalam membentuk persepsi atau pandangan publik terhadap perusahaan. Karyawan yang menggunakan atribut perusahaan seperti seragam, *name tag*, atau fasilitas lain yang dapat menunjukkan identitas hotel terutama terdapat logo hotel dengan tidak bijak dapat memberikan dampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Begitu pula dengan aktivitas karyawan di media sosial, yang dapat menjadi faktor penentu dalam membangun atau merusak citra perusahaan.

Human Resource Department memiliki peran strategis yang dapat di implementasikan dalam sebuah perusahaan seperti membentuk kesadaran karyawan terhadap pentingnya menjaga atau mempertahankan suatu citra perusahaan. Sebagaimana diungkapkan oleh Michael (2023) serta Kucherov dan kolega (2022), peran HRD tidak terbatas pada aspek administratif, tetapi juga mencakup pengelolaan *internal branding* dan kegiatan orientasi (Vilayil, 2021; Raub, 2021) yang bertujuan agar karyawan dapat memahami dan menerapkan nilai-nilai utama dalam layanan perhotelan.” (Michael dkk., 2023). Salah satu

langkah yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan rutin dan regulasi terkait penggunaan atribut perusahaan serta etika dalam penggunaan media sosial pribadi karyawan yang bekerja di b Hotel Bali & SPA.

Dalam segi sosial, Aristoteles menegaskan bahwa manusia merupakan zoon politicon, yakni makhluk yang pada dasarnya hidup bermasyarakat (Septa Maulana dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa manusia ditakdirkan untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan sesamanya. Di sisi lain, manusia juga membutuhkan adanya sarana atau media dalam mengekspresikan diri maupun emosi. Di situlah peran perkembangan media sosial sebagai pemenuhan bagi kedua kebutuhan tersebut yang menjadi salah satu alasan pula mengapa adanya peningkatan penggunaan media sosial di era digital. Media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan penggunaanya berpartisipasi secara aktif, berbagi informasi, serta menghasilkan berbagai konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, hingga ruang virtual (Kustiawan dkk., 2022). Pada era digital sekarang besar kemungkinan hampir semua orang memiliki media sosial dan bebas mengekspresikan diri di media sosial. Namun dari adanya kebebasan tersebut dapat membuat seseorang menjadi lupa akan adanya batasan-batasan dalam media sosial dan etika dalam menggunakan media sosial tertentu. Adanya media sosial sendiri juga dapat memberikan dampak positif dan dampak negatif terhadap seseorang maupun sebuah perusahaan. Dampak ini dapat kita terima sesuai dengan yang kita lakukan. Dalam menggunakan media sosial juga dapat menjadi peluang untuk sebuah kemajuan dalam karir perorangan maupun perusahaan jika digunakan dalam hal positif, bisa juga menjadi kerugian jika melakukan suatu perbuatan di media

sosial hingga menjadi dampak negatif seperti buruknya citra seseorang maupun salah satunya. Di industri perhotelan, khususnya di b Hotel Bali & SPA, citra perusahaan dapat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan bisnis. Dengan adanya panduan dan kebijakan yang jelas dari HRD, karyawan diharapkan dapat lebih bijak dalam menggunakan atribut perusahaan dan membuat atau menggunakan media sosial, sehingga dapat memberikan kontribusi positif dalam mempertahankan serta meningkatkan reputasi hotel. Dalam hal membentuk karakter karyawan menjadi lebih bijak dalam penggunaan atribut perusahaan merupakan salah satu aspek paling penting dalam era digital saat ini. Atribut perusahaan yang ditekankan saat ini salah satunya penggunaan seragam hotel atau perusahaan ketika menggunakan media sosial pribadi atau apa pun untuk kepentingan dan keuntungan pribadi. Seragam perusahaan sendiri merupakan atribut paling penting karena mencakup identitas perusahaan secara singkat dan terlihat yaitu logo perusahaan yang di mana sebuah logo pastinya akan cukup dikenal dan mudah diketahui secara cepat dalam era digital saat ini. Hal yang telah dijelaskan di atas secara singkat dapat disimpulkan bahwa pentingnya beretika dalam menggunakan atribut perusahaan maupun media sosial, kebijaksanaan ini bukan hanya melindungi citra dan reputasi perusahaan dari potensi risiko yang ditimbulkan oleh unggahan yang kurang tepat, namun juga memberdayakan karyawan sebagai representasi positif dari nilai-nilai dan budaya perusahaan di ranah publik.

Tabel 1.1 Kasus Kesalahan Penggunaan Atribut

No.	Contoh Kasus	Dampak	Jumlah Kasus
1.	Kejadian penggunaan seragam diluar jam kerja dan melakukan tindakan tidak baik (melakukan pencurian barang)	Rusaknya citra perusahaan karena karyawan tersebut diketahui bekerja di b Hotel Bali & SPA	1 orang
2.	Mengunggah konten pribadi (foto dan video) di media sosial pribadi karyawan menggunakan seragam hotel dan <i>name tag</i> hotel	Memungkinkan dapat membuat pandangan orang yang tidak baik tentang perusahaan sehingga orang lain bebas berkomentar baik-buruknya karyawan tersebut dan juga b Hotel Bali & SPA di mana karyawan tersebut bekerja	>1 Orang

Sumber : data penyalahgunaan penggunaan atribut b Hotel 2022-2024

Dari data kasus yang dimiliki b Hotel Bali & SPA dapat disimpulkan bahwa atribut perusahaan seperti seragam dan *name tag* dapat mempengaruhi citra perusahaan baik disengaja maupun tidak sengaja. Di mana seragam dan name tag terdapat warna dan logo yang dapat menandakan suatu perusahaan atau biasa disebut menjadi identitas suatu perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi peran HRD dalam pembentukan karakter karyawan menggunakan atribut perusahaan dalam media sosial di b Hotel Bali & SPA. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen b Hotel Bali & SPA dalam upaya mempertahankan citra perusahaan yang positif secara keseluruhan di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif dan upaya mempertahankan citra perusahaan yang baik di era digital yang terus berkembang. Dengan adanya pemahaman yang baik mengenai batasan dan etika dalam menggunakan atribut di media sosial karyawan dan perusahaan dapat terhindar dari

konsekuensi negatif yang dapat merugikan diri perusahaan maupun karyawan tersebut.

Seiring berkembangnya zaman, dunia perhotelan sangat menjanjikan di Bali dikarenakan banyaknya peminat atau wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali dan era digital yang terus berkembang dapat memberikan banyak dampak kepada seseorang maupun perusahaan. Namun mempertahankan suatu citra perusahaan yang baik tidak bisa didapatkan hanya dengan penyediaan fasilitas saja tetapi pelayanan yang diberikan hotel melalui karyawan yang aktif bekerja di hotel pada saat di tempat kerja maupun di luar tempat kerja juga dapat berpengaruh. Oleh karena itu manajemen sumber daya manusia (SDM) itu sangat penting, di mana manajemen hotel terutama *human resources department* harus memastikan karyawan yang bekerja ikut serta dalam mempertahankan citra hotel yang baik.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas manajemen sumber daya manusia dengan pembentukan karakter karyawan yang bekerja agar lebih bijak dalam menggunakan atribut maupun sarana hotel, memberikan wawasan baru bagi pihak manajemen hotel dalam mengelola karyawannya serta mempertahankan citra perusahaan atau hotel di mana penulis melakukan penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana pemahaman karyawan tentang pentingnya menggunakan atribut hotel maupun sarana hotel serta penggunaan media sosial pribadi karyawan yang kemungkinan bisa mempertahankan citra perusahaan dan menghindari atau mengurangi adanya citra perusahaan hotel yang buruk dikarenakan penyalahgunaan atribut maupun media sosial pada saat atau di luar dan

di saat jam kerja. Dengan penelitian ini juga penulis dapat memberikan rekomendasi strategis untuk pembentukan karakter karyawan terutama lebih bijak dan dapat mempertahankan citra perusahaan khususnya di b Hotel Bali & SPA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan pokok masalah yang akan dikemukakan oleh penulis adalah:

1. Bagaimana Peran HRD dalam membentuk kesadaran karyawan terhadap pentingnya menjaga citra perusahaan melalui penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA?
2. Bagaimana permasalahan dan kendala HRD dalam membuat kebijakan penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA?
3. Bagaimana solusi yang dilakukan HRD dalam penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis peran HRD dalam membentuk kesadaran tanggung jawab karyawan terkait penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA.
2. Menganalisis permasalahan dan kendala HRD dalam membuat kebijakan penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA.
3. Memberikan solusi yang dilakukan HRD dalam penggunaan atribut perusahaan di b Hotel Bali & SPA

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen sumber daya manusia yang berkaitan dengan pengembangan karakter karyawan lebih bijak dalam melakukan suatu hal demi mempertahankan citra hotel atau perusahaan dengan tujuan mempertahankan keberlanjutan bisnis. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi inspirasi, acuan, referensi atau dasar bagi peneliti lain dalam pengembangan suatu penelitian mengenai pengembangan karakter karyawan yang sangat berpengaruh dalam suatu perusahaan dibidang industri perhotelan.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan sebagai pertimbangan dan juga pengambilan keputusan di bidang sumber daya manusia terkait dengan pengembangan atau pembentukan karakter karyawan menjadi lebih baik, bijak dan mengedukasi karyawan mengenai pentingnya berhati-hati menggunakan atribut perusahaan untuk kepentingan pribadi di media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi pijakan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji topik serupa dengan lingkup yang lebih luas atau fokus yang berbeda.

1.5 Sistematis penulisan Skripsi

Bab I: Pendahuluan Membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, sistematika penulisan skripsi.

Bab II: Kajian Pustaka Mengulas konsep-konsep teoretis, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

Bab III: Metodologi Penelitian Menjelaskan desain penelitian, lokasi, obyek, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan Menyajikan hasil penelitian dan analisis data.

Bab V: Kesimpulan dan Saran Merangkum temuan penelitian dan memberikan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian.



**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peran Human Resource Development (HRD) di b Hotel Bali & SPA telah diimplementasikan secara aktif dan konsisten dalam membentuk sikap bijak karyawan dalam menggunakan atribut perusahaan di media sosial. HRD berperan tidak hanya sebagai pengelola administrasi kepegawaian, tetapi juga sebagai fasilitator pembentukan karakter dan nilai-nilai organisasi. Peran ini dijalankan melalui pendekatan formal seperti kegiatan *briefing* rutin, pelatihan internal, dan sosialisasi kebijakan perusahaan. Selain itu, pendekatan informal seperti komunikasi *interpersonal*, pengawasan harian, dan penyampaian pesan moral secara langsung kepada karyawan juga dilakukan secara kontinu. Upaya-upaya ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran karyawan terhadap pentingnya menjaga nama baik dan citra perusahaan, terutama dalam konteks kehadiran mereka di ruang digital.

Dalam praktiknya, mayoritas karyawan telah menunjukkan pemahaman yang cukup baik mengenai pentingnya menjaga reputasi perusahaan, terutama saat menggunakan atribut resmi seperti seragam, name tag, dan identitas visual lainnya yang secara langsung terkait dengan b Hotel Bali & SPA. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa masih terdapat tidak seragaman dalam penerapan pemahaman tersebut. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya aturan tertulis atau standar operasional prosedur (SOP) yang secara eksplisit mengatur batasan serta etika penggunaan atribut perusahaan di media sosial. Akibatnya, muncul perbedaan interpretasi di kalangan karyawan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan saat menampilkan diri sebagai bagian dari perusahaan di platform digital.

Ketiadaan kebijakan tertulis tersebut berpotensi menimbulkan kerancuan dalam bertindak serta membuka ruang bagi tindakan yang tidak sesuai dengan nilai dan citra perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya penyusunan kebijakan formal sebagai landasan yang dapat dijadikan acuan bersama. Kehadiran SOP yang jelas dan komprehensif akan membantu menciptakan keselarasan persepsi di antara karyawan, sekaligus memperkuat pengawasan dan penegakan etika dalam penggunaan atribut perusahaan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya melindungi reputasi di mata publik, tetapi juga membentuk budaya kerja yang profesional dan bertanggung jawab dalam menghadapi tantangan era digital yang terus berkembang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran untuk HRD atau Manajemen b Hotel Bali & SPA sebagai berikut:

1. **Pihak HRD disarankan untuk segera menyusun SOP (Standar Operasional Prosedur)** terkait penggunaan atribut perusahaan di media sosial. SOP ini sebaiknya mencakup definisi atribut, ruang lingkup penggunaannya, etika bermedia sosial, serta sanksi atas pelanggaran yang dilakukan.
2. **Perlu dilakukan pelatihan berkala mengenai etika digital dan literasi media sosial** bagi seluruh karyawan, terutama dalam konteks menjaga reputasi perusahaan. Pelatihan ini diharapkan dapat membentuk budaya organisasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.
3. **Manajemen perusahaan hendaknya lebih proaktif dalam meninjau dan mengevaluasi perilaku digital karyawan**, sebagai bagian dari penilaian kinerja dan kepatuhan terhadap nilai-nilai perusahaan. Langkah ini akan membantu menciptakan lingkungan kerja yang profesional dan bertanggung jawab, baik di dunia nyata maupun di dunia maya.
4. **Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh budaya organisasi dan tingkat pemahaman digital terhadap perilaku karyawan di media sosial**, agar strategi yang dibangun oleh HRD dapat lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung. (2024). *Pentingnya Menjaga Citra Perusahaan The Importance Of Maintaining The Company's Image*. 2.
- Bisnis, J., Pemasaran, D., Tri, R., Yanto 1 -Sri, Y., & Anggraini, D. (2023). *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Paket Pos Kilat Khusus Pt Pos Indonesia (Persero)*. 13(1).
- Daryoto Mulyadi Candra. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Keterlibatan Karyawan Perusahaan Di Era Globalisasi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 147–157. <https://doi.org/10.47861/Sammajiva.V2i4.1561>
- Ekonomi, J., Humaniora, Dan, Wulan Sari, P., Elviani, M., & Slameta, J. (2023). *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pengawasan Terhadap Produktivitas Kerja Bagian Sewing Pada Pt. Horn Ming Indonesia, Tangerang* (Vol. 3, Nomor 1). <https://eksishum.untara.ac.id/index.php/eksishum>
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Aini Siregar, S., Ardianti, I., Rahma Hasibuan, M., & Agustina, S. (2022). *Media Sosial Dan Jejaring Sosial*.
- Maziananda, M. (2023). *Pembentukan Citra Perusahaan*. <https://www.researchgate.net/publication/371537390>
- Michael, N., Michael, I., & Fotiadis, A. K. (2023). The Role Of Human Resources Practices And Branding In The Hotel Industry In Dubai. *Journal Of Human Resources In Hospitality And Tourism*, 22(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/15332845.2023.2126927>

- Septa Maulana, A., Ariq Muzaki, A., Wamri, A., & Wamri. (2024). Studi Kasus Kdrt Di Polrestabes Bandung Dalam Perspektif Kriminologi. *Jurnal, A.* (2024). *Studi Kasus Kdrt Di Polrestabes Bandung Dalam Perspektif Kriminologi.* 1–12. <https://doi.org/10.51370/jhpk.v5i1.158>
- Siki, D. R., Tahir, A., & Asi, L. L. (2022). Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pelanggan Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang Di Provinsi Gorontalo. *Jambura, 5*, 2022. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb>
- Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & Dan Pariwisata, B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah | Gede Adi Partawan (1) | Gusti Ayu Wimba (2) | Ni Nyoman Adityarini Abiyoga Vena Swara (3) (1)(2)(3). *Agustus 2024, 4*(8), 1560–1571.
- Syahrul Ramadhan, F., & Pembangunan Jaya, U. (2025). *Peran Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Dan Loyalitas Sdm.*
- Widjaya, K., & Hartono, W. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Perusahaan Cv Mahkota Citra Mandiri. Dalam *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Nomor 3).