



Dalam industri perhotelan yang kompetitif, menjaga citra yang baik sangat penting untuk menarik pelanggan dan mempertahankan reputasi yang baik di mata publik. Melalui upaya yang dilakukan oleh divisi *human resources management* dalam hal manajemen karyawan, pelatihan, kebijakan internal, dan interaksi dengan masyarakat, serta melalui program CSR. Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta memiliki tujuan untuk dikenal sebagai hotel yang memberikan pelayanan baik untuk para pelanggan dengan menerapkan “senyum, salam, sapa”. Sehingga hal tersebut dapat membentuk citra baik untuk hotel dengan pelayanan yang ramah.

Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta merupakan salah satu jasa perhotelan yang memiliki fasilitas pelayanan kamar, makan dan minum, menyediakan ruang meeting, serta merupakan salah satu hotel berklasifikasi bintang 3 dimana pada setiap tahunnya akan selalu mengadakan program-program CSR untuk memberikan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mempertimbangkan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat. Seperti melakukan kegiatan-kegiatan sosial, yakni memberikan bantuan sosial kepada panti asuhan, mengadakan program donor darah bersama dengan PMI, dan fogging yang dilakukan pada sekitaran hotel.

Program CSR mencakup berbagai kegiatan seperti dalam hal pengelolaan lingkungan, kontribusi masyarakat lokal, pemberdayaan ekonomi, dan dukungan pendidikan, serta kesehatan masyarakat. Tujuannya untuk memberikan manfaat positif bagi masyarakat, lingkungan sekitar perusahaan, serta untuk meningkatkan citra positif dari perusahaan. Salah satu program CSR yang rutin dilakukan oleh Yellow Star Hotel adalah memberikan sumbangan kepada panti asuhan, dan berbagi

bersama dengan anak yatim piatu. Dalam hal ini Yellow Star hotel akan bekerjasama dengan beberapa mitra yang berhubungan dengan hal tersebut, seperti yang telah dijalankan sebelumnya.

Yellow Star Hotel merupakan salah satu hotel bintang 3 yang sering kali melakukan program CSR dan aware terhadap fenomena-fenomena sosial yang terjadi. Berangkat dari maraknya kasus peningkatan wabah DBD Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta melakukan program CSR fogging yang merupakan metode pengendalian vektor sering digunakan untuk membasmi nyamuk termasuk penyebab demam berdarah. Program CSR fogging sendiri memiliki pro dan kontra, dimana ada kekhawatiran terhadap dampak kesehatan dari paparan pendek dan panjang terhadap pestisida yang digunakan baik terhadap manusia maupun hewan peliharaan. Sedangkan fogging merupakan cara tercepat yang dilakukan untuk mencegah penyebaran penyakit menular yang disebabkan oleh nyamuk sehingga hal tersebut dapat mengurangi jumlah kasus yang terjadi. Kegiatan fogging juga memiliki manfaat baik dalam situasi-situasi tertentu tetapi juga memerlukan pertimbangan yang matang terhadap resiko dan dampak kesehatan dan lingkungan. Hal ini juga merupakan implementasi dari *community development* dimana perusahaan mendukung kegiatan sosial dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan hidup.

Yellow Star seringkali melakukan kegiatan sosial yang melibatkan beberapa instansi atau komunitas dalam melaksanakan program CSR. Terdapat beberapa mitra yang digandeng seperti Himpunan Humas Hotel Yogyakarta, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Yogyakarta, PMI, serta masih banyak lagi mitra yang

digandeng sesuai dengan kegiatan yang mereka lakukan. Seperti yang telah diketahui bahwa Yellow Star Hotel tidak memiliki praktisi Public Relations, sehingga program CSR pada hotel dilakukan oleh divisi *Human Resources Management*.

Pengembangan dan pengelolaan sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk membantu suatu instansi dalam mencapai atau memperoleh tujuannya. Pengembangan sumber daya manusia pada dasarnya adalah usaha untuk memberdayakan individu dengan pengetahuan, keterampilan, serta sikap agar mereka mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab sebagai anggota organisasi atau karyawan dengan keyakinan diri yang lebih tinggi dalam menghadapi tantangan yang muncul.

Divisi *human resources* merupakan departemen atau bagian dalam sebuah organisasi yang memiliki tanggung jawab terhadap manajemen sumber daya manusia. Tugas utama divisi *human resources* adalah merencanakan, mengelola, dan mengembangkan kebijakan, serta program terkait dengan karyawan, mulai dari perekrutan, pengembangan, penggajian, manajemen kinerja, hingga manajemen hubungan kerja. *Human resources* merupakan pengelolaan sumber daya manusia sehingga berkaitan dengan *public relations*. *Public relations* dapat diartikan sebagai hubungan antar publik. *Public relations* merupakan praktik komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik antara organisasi dengan publik termasuk konsumen, karyawan, investor, media, dan masyarakat. Menurut Frank Jefkins humas adalah segala hal yang merangkum keseluruhan komunikasi terencana, baik ke dalam maupun ke luar antara suatu

organisasi dengan semua pihak yang terlibat dalam mencapai tujuan tertentu berdasarkan pada pemahaman bersama.<sup>1</sup> Pada prinsipnya fungsi humas selalu terkait dengan upaya membangun pemahaman melalui informasi dan tindakan, dengan harapan bahwa hal tersebut akan menghasilkan perubahan yang menguntungkan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan oleh penulis, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian yakni:

Bagaimana analisis implementasi program CSR (*corporate social responsibility*) divisi *human resources management* Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dalam mempertahankan citra?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis implementasi program CSR (*corporate social responsibility*) divisi *human resources management* Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dalam mempertahankan citra.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a) Bagi mahasiswa/I yang mengambil jurusan Ilmu Komunikasi, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi mengenai bagaimana analisis implementasi program CSR (*corporate social responsibility*)

---

<sup>1</sup> Morissan, 2010, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*, Kencana, Jakarta.

divisi human resources management Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dalam mempertahankan citra.

- b) Bagi masyarakat luas, dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan sumber informasi khususnya dalam analisis implementasi program CSR (*corporate social responsibility*) divisi *human resources management* Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dalam mempertahankan citra

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Dapat memberikan pengetahuan sekaligus perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam analisis implementasi program CSR (*corporate social responsibility*) divisi *human resources management* Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dalam mempertahankan citra.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

#### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian adalah kerangka konseptual atau sudut pandang filosofis yang mendasari pendekatan, metode, dan pertanyaan penelitian. Para peneliti harus memahami pendekatan yang akan digunakan dalam mengamati kenyataan akan menentukan pengetahuan yang diperoleh sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan. Paradigma ini mencakup keyakinan, nilai-nilai, dan asumsi dasar tentang alam, sifat, dan tujuan penelitian. Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang merupakan antitetsis dari paham yang meletakkan pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial mereka. Penelitian ini berhubungan dengan analisis implementasi program

CSR (*corporate social responsibility*) divisi *human resources mangement* dalam mempertahankan citra Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dengan menaritahu inti paradigma penelitian. Sebelum menentukan metode penelitian yang akan digunakan, maka peneliti perlu menemukan permasalahan yang perlu diteliti. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti dapat menemukan data penelitian dalam bentuk tulisan, gambar, data yang diperoleh pada saat melakukan wawancara.

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan pendekatan sistematis untuk mengumpulkan data secara ilmiah dengan tujuan tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendalami dan menggali pemahaman kompleks mengenai fenomena sosial. Dalam penelitian kualitatif, penekanan diberikan pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan kontekstual. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrument kunci. <sup>2</sup>Analisis data penelitian dilakukan secara induktif dan dilakukan pada situasi dan kondisi alamiah. Peneliti terlibat secara langsung sehingga lebih intensif dan data yang ditemukan dapat secara rinci.

### **1.5.3 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan individu atau entitas yang memiliki kekompetenan untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian, yang juga sering disebut sebagai narasumber. Mereka dapat beragam tergantung pada topik

---

<sup>2</sup> Nasution, Abdul Fattah, 2023, *Metode Penelitian Kualitatif*, CV. Harfa Creative, Bandung.

dan pendekatan penelitian yang digunakan, mencakup individu, kelompok, organisasi, atau fenomena yang menjadi fokus penelitian. Subjek penelitian ini adalah Divisi Human Resources Management Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta. Penelitian ini memerlukan seorang narasumber yang akan memberikan informasi dan data yang berhubungan dengan program CSR Yellow Star Hotel Gejayan. Narasumber yang diambil adalah narasumber yang dapat memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan divisi *human resources management* Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta yang memegang program CSR hotel.
2. Narasumber yang memiliki kredibilitas dalam bidangnya, yakni *human resources manager* dan *human resources officier*.
3. Mengetahui seluk beluk program CSR yang dijalankan oleh Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta.

Narasumber yang dimintai informasi dalam penelitian ini memiliki hubungan langsung dengan Analisis Implementasi Program CSR Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dalam Mempertahankan Citra. Subjek penelitian adalah Divisi *Human Resources Management* Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta yakni Egar Hartono sebagai *Human Resources Manager* dan Karina sebagai *Human Resources Officer* Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta.

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek penelitian memiliki berbagai macam tergantung pada topik yang diteliti, meliputi fenomena alam, perilaku manusia, sistem teknologi, kebijakan publik, dan lainnya. Objek penelitian yang dilakukan terletak di Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta yang

berada di Jalan Affandi No. 27A, Santren, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281. Pada penelitian ini objek penelitian adalah Implementasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*) Divisi *Human Resources Management* dalam Mempertahankan Citra.

## **1.6 Jenis Data**

### **1.6.1 Data Primer**

Data primer dalam penelitian adalah informasi utama yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian atau sumber asli. Dapat mencakup hasil wawancara langsung, survey, tes, dan lainnya. Data primer yang diperoleh dari penelitian ini adalah hasil wawancara dan observasi dengan divisi human resources management Yellow Star Hotel Gejayan Yogyakarta dalam mempertahankan citra.

### **1.6.2 Data Sekunder**

Data penelitian sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber yang bukan subjek penelitian atau sumber pertama. Ini dapat mencakup data yang telah dianalisis sebelumnya oleh orang lain, seperti publikasi ilmiah, laporan pemerintah, atau sumber data daring. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari pengumpulan artikel serta sumber data yang berhubungan dengan penelitian.

## **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang dipilih untuk mendapatkan informasi yang relevan. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara dengan narasumber.

### **1.7.1 Observasi**

Observasi dilakukan dengan mengamati secara menyeluruh pada latar tertentu tanpa mengubah apapun dengan melakukan pengamatan secara langsung untuk melihat kegiatan yang dilakukan atau peristiwa yang terjadi. Observasi dapat dilakukan dengan partisipasi, peneliti aktif ikut serta dalam kegiatan yang diamati, atau nonpartisipasi, peneliti hanya melakukan pengamatan tanpa terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Observasi dilakukan pada program-program CSR yang dijalankan oleh Yellow Star Hotel.

### **1.7.2 Wawancara**

Wawancara terpusat (*focused interviews*) adalah metode penelitian di mana terjadi pertukaran tanya jawab tatap muka antara peneliti dan subjek penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan informasi yang diinginkan oleh peneliti. Oleh karena itu, durasi dan jumlah wawancara harus disesuaikan dengan situasi yang ada dan kebutuhan informasi yang diharapkan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara secara tatap muka antara subjek wawancara. Penulis memilih Narasumber berdasarkan dengan fokus penelitian yakni Egar Hartono sebagai *Human Resources Manager* dan Karina sebagai *Human Resources Officer* Yellow Star Hotel.

### **1.7.3 Dokumentasi**

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, penyimpanan, dan analisis data serta informasi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumen untuk mendukung validitas dan reliabilitas temuan penelitian.

Pengumpulan data dokumentasi seperti tulisan, pengambilan gambar, dan rekam suara yang berhubungan dengan penelitian.

### **1.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan upaya pengorganisasian, dimana hasil data yang terkumpul akan diuraikan sehingga lebih mudah untuk diinterpretasikan. Analisis data dilakukan pada saat mengumpulkan data. Teknik analisis data kualitatif bersifat induktif, yang berarti analisis dilakukan berdasarkan data yang diperoleh. Peneliti mengembangkan pola hubungan atau hipotesis dari data tersebut. Kemudian, hipotesis tersebut diuji dan diperkuat atau ditolak dengan mencari data tambahan secara berulang-ulang. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menyimpulkan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak berdasarkan bukti yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif secara interaktif. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010) terdapat empat kegiatan dalam teknik ini yaitu:<sup>3</sup>

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Data dikumpulkan melalui observasi, interaksi wawancara, dan pengumpulan dokumen (melalui metode triangulasi).

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pengumpulan data melalui cara menghimpun data dan informasi relevan terkait penelitian yang kemudian data tersebut diklasifikasikan.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

---

<sup>3</sup> Sugiyono, 2020, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.

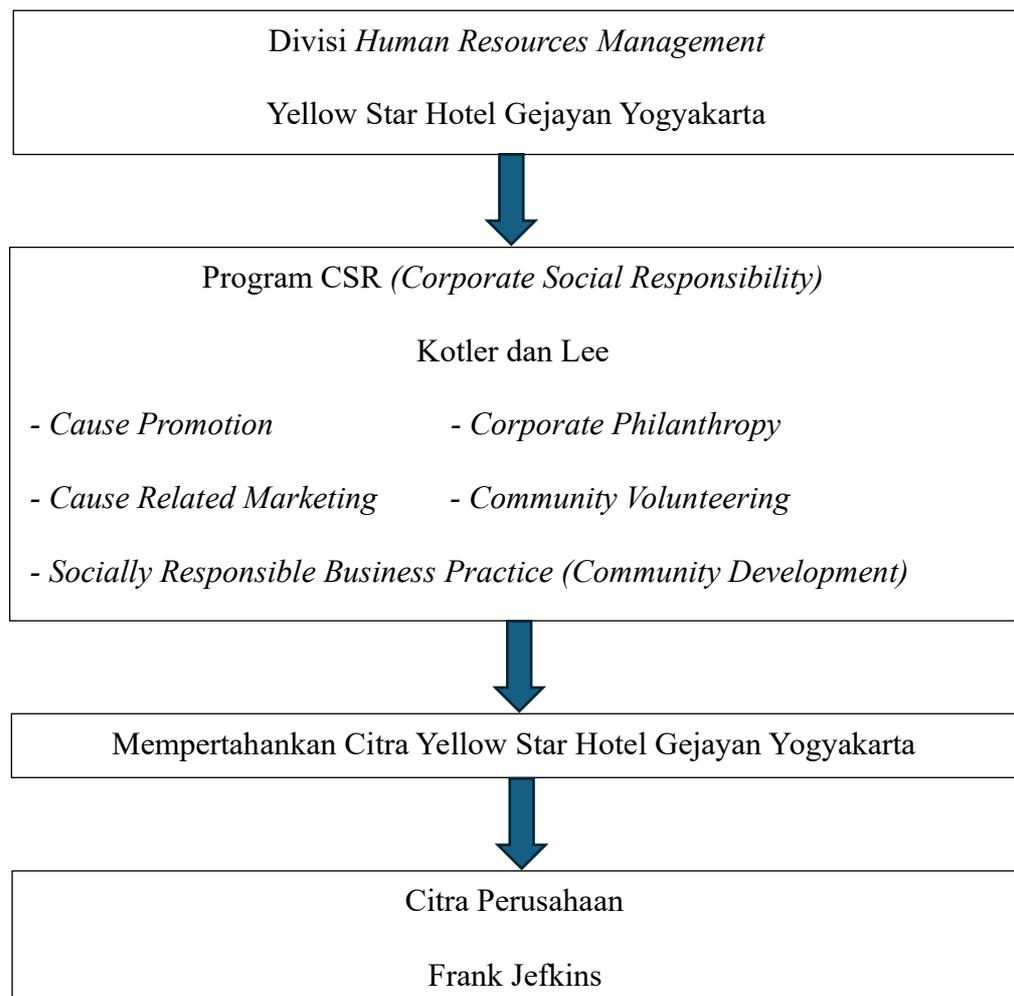
Proses pemberian semua informasi yang telah terstruktur yang kemudian memungkinkan untuk ditarik kesimpulan.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/verification*)

Penelitian atau penemuan terbaru yang belum pernah diteliti, hasil temuan dapat berupa visual, dan juga deskripsi objek yang bahwasannya pada mulanya masih sangat abu-abu, yang kemudian berdasarkan hasil penelitian memperoleh kejelasan yang aktual.

### 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep

#### 1.9.1 Kerangka Konsep



### 1.9.1 Definisi Konsep

#### a. *Public Relations*

*Public relations* adalah bagian manajemen yang bertujuan untuk membangun dan mempertkuat hubungan baik dan bermanfaat antara suatu organisasi dengan publiknya yang memiliki dampak signifikan terhadap kesuksesan tersebut.<sup>4</sup> *Public relations* merupakan bagian manajemen yang bertujuan untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil yang telah dicapainya.<sup>5</sup>

#### b. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

*Corporate social responsibility* dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial sebuah organisasi terhadap public. Menurut Nor Hadi, CSR adalah komitmen perusahaan dalam berkontribusi membangun perekonomian organisasi yang diimbangi kegiatan etis yang dapat meningkatkan kualitas hidup dari pekerja beserta keluarganya supaya setaraf dengan komunitas local dan masyarakat secara luas.<sup>6</sup>

CSR adalah sebuah tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui tindakan bebas untuk menentukan praktek bisnis dan

---

<sup>4</sup> Cutlip, Scott M, Center, Allen H, & Broom, Glen M, 2006, *Effective Public Relations*, Kencana, Jakarta.

<sup>5</sup> Ruslan, Rosady, 2013, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

<sup>6</sup> Gassing, Syarifuddin S & Suryanto, 2016, *Public Relations*, CV Mandar Maju, 2016, Yogyakarta.

kontribusi sumber daya perusahaan. Menurut Kotler dan Lee (2006), terdapat lima program yang mendukung CSR, yaitu:<sup>7</sup>

*1) Cause Promotion*

Perusahaan mengalokasikan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat terhadap masalah sosial tertentu atau untuk mendukung penggalangan dana, partisipasi Masyarakat, atau perekrutan sukarelawan untuk kegiatan tertentu.

*2) Cause Related Marketing*

Perusahaan berkomitmen untuk menyumbangkan Sebagian dari pendapatannya untuk kegiatan sosial, yang didasarkan pada persentase penjualan produk tertentu, untuk periode waktu tertentu, dan untuk aktivitas dermawan tertentu.

*3) Corporate Philanthropy*

Perusahaan memberikan kontribusi langsung dalam bentuk derma kepada segmen Masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut pada umumnya berupa pemberian uang tunai, paket bantuan, atau layanan gratis.

*4) Community Volunteering*

Perusahaan mendukung dan mendorong karyawan, pemegang waralaba, atau mitra ritel untuk menyisihkan waktu mereka secara

---

<sup>7</sup> Solihin, Ismail, 2009, *Corporate Social Responsibility: From Charity To Sustainability*, Salemba Empat, Jakarta.

sukarela untuk membantu organisasi Masyarakat lokal atau Lembaga yang menjadi bagian dari program Perusahaan.

5) *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*

Perusahaan menjalankan aktivitas bisnis di luar kewajiban hukum serta melakukan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan menjaga lingkungan hidup.

c. *Human Resources Management*

*Human resource management* (HRM) merupakan praktik pengelolaan tenaga kerja suatu perusahaan untuk mendapatkan keunggulan dalam mencapai target bisnis perusahaan. Terdapat enam fungsi HRM, yakni pengembangan, evaluasi kinerja, kompensasi, hubungan karyawan dengan staff, keselamatan kerja, rekrutmen dan seleksi.<sup>8</sup>

Menurut Price (2016) dalam Jurnal Weddy Nur Adam, Wan Suryani, dan Eka Setia Dewi Tarigan (2021), pengembangan sumber daya manusia merupakan pendekatan strategis untuk melakukan investasi dalam sumber daya manusia. Pengembangan sumber daya manusia menyediakan kerangka kerja untuk pengembangan diri, program pelatihan dan kemajuan karir yang disesuaikan dengan kebutuhan keterampilan dalam organisasi.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Christian, Lie Elke Melvinda, & Wijaya, Lina Sinatra, 2021, 'Analisis Strategi Komunikasi Human Resources Terhadap Penerapan Presensi Fingerprint Dalam Upaya Meminimalkan Pelanggaran Karyawan, *PRecious: Public Relations Journal*, vol. 1, no. 2, hh. 158-176.

<sup>9</sup> Adam, Weddy Nur, Suryani, Wan, & Tarigan, Eka Setia Dewi, 2021, "Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Di Hotel Niagara

#### d. Citra Perusahaan

Citra merupakan persepsi atau gambaran yang dimiliki oleh masyarakat terhadap suatu perusahaan, organisasi, atau lembaga. Kesan yang dibentuk secara sengaja mengenai suatu objek, individu, atau entitas organisasi. Citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra merupakan impresi atau pandangan seseorang atau individu terhadap sesuatu yang muncul dari pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya. Merupakan hasil dari pengetahuan dan pemahaman individu terhadap fakta-fakta atau realitas yang ada.<sup>10</sup>

### 1.9.3 Operasionalisasi Konsep

#### a. *Cause Promotion*

Pada tahap ini, Yellow Star Hotel melakukan beberapa kegiatan sosial seperti acara amal, maupun penggunaan media sosial guna untuk meningkatkan kesadaran. Yellow Star Hotel mendorong Masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam kegiatannya, seperti kegiatan fogging yang dilakukan pada sekitaran hotel. Serta menentukan alokasi dana terhadap masalah-masalah sosial yang terjadi.

#### b. *Cause Related Marketing*

---

Parapat Toba Sumatera Utara," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, vol. 2, no. 1, hh. 41-50.

<sup>10</sup> Ardianto, Elvinaro, 2011, *Handbook Of Public Relations: Pengantar Komprehensif Simbiosis Rekatama Media*, Bandung.

Pada tahap ini, Yellow Star Hotel melakukan Kerjasama dengan suatu mitra guna untuk mendukung kegiatan sosial dalam hal menjaga lingkungan. Yellow Star Hotel menentukan mitra dengan melihat peluang yang dapat mereka lakukan salah satunya seperti melakukan penanaman pohon yang bekerjasama dengan pihak DLH (Dinas Lingkungan Hidup).

*c. Corporate Philanthropy*

Pada tahap ini Yellow Star Hotel menentukan fokus masalah, jenis sumbangan yang akan diberikan, dan cara untuk mengukur dampaknya. Kemudian Perusahaan akan melaksanakan program yang telah ditentukan seperti memberikan sumbangan terhadap panti asuhan.

*d. Community Volunteering*

Pada tahap ini, Yellow Star Hotel melakukan monitoring kebutuhan di Masyarakat, kemudian menentukan kegiatan yang akan dilakukan. Perusahaan mendorong para karyawan untuk turut berpartisipasi terhadap kegiatan yang dilaksanakan seperti donor darah yang dilakukan setiap tahunnya.

*e. Socially Responsible Business Practice (Community Development)*

Pada tahap ini, Yellow Star Hotel melakukan monitoring terhadap masalah sosial yang sedang terjadi. Perusahaan menerapkan nilai-nilai terhadap tanggung jawab sosial dengan menetapkan komitmen terhadap para karyawan untuk turut serta dalam semua kegiatan sosial.