

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

Pada penelitian ini objek yang digunakan adalah Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Hotel berbintang empat ini, beralamat di Complex Colombo, Jl. Affandi, Gejayan, Mrican, Caturtunggal, kecamatan Depok, kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk lebih memahami objek penelitian ini, maka akan disampaikan dalam uraian dibawah sebagai berikut.

A. Profil Prime Plaza Hotel Jogjakarta

Prime Plaza Hotel Jogjakarta merupakan salah satu hotel berbintang empat yang berada di Yogyakarta, berdiri pada tanggal 15 Desember 2017. Saputra (2014, h. 49) menyebutkan sebenarnya hotel yang kini sudah berusia 25 tahun ini telah berdiri jauh sebelumnya, yaitu pada tanggal 10 Juli 1995 dengan nama Radisson Yogyakarta Plaza Hotel. Namun setelah itu terjadi perubahan nama pada tanggal 1 April 2003, yang kemudian berganti nama menjadi Jogjakarta Plaza Hotel. Tidak hanya sekali Jogjakarta Plaza Hotel kembali berganti nama, pada tanggal 15 Desember 2017 hotel ini kembali berganti nama menjadi Prime Plaza Hotel Jogjakarta hingga sekarang. .

Seiring dengan perubahan nama tersebut, diikuti dengan perubahan manajemen yang ada di dalam hotel ini. Saputra (2014, h. 49) mengatakan sejak tahun 2003 Prime Plaza Hotel Jogjakarta telah tergabung dalam Prime Plaza Hotel & Resort yang dimiliki oleh PT. Prime Plaza Management. Dibawah naungan Prime Plaza Hotel & Resort hotel ini tidak berdiri sendiri,

namun ada beberapa properti lain yang juga dimiliki oleh Prime Plaza Hotel & Resort yang tersebar di beberapa pulau besar yang menjadi tujuan daerah wisata di Indonesia. Beberapa pulau yang menjadi lokasi berdirinya properti dari Prime Plaza Hotel & Resort ini seperti Jawa, Bali, Lombok dan Sumatera Utara.

Dalam website Prime Plaza Hotels & Resort (2020) disebutkan ada beberapa properti yang terbagi berdasarkan kelas dan bintang yang dimilikinya. Properti pertama yaitu hotel berbintang tiga bernama PrimeBiz Hotels yang tersebar di beberapa kota, yaitu PrimeBiz Hotels Cikarang, PrimeBiz Hotels Karawang, PrimeBiz Hotels Kuta, PrimeBiz Hotels Surabaya dan PrimeBiz Hotels Tegal. Sedangkan untuk properti berbintang empat yang dimiliki Prime Plaza Hotel & Resort bernama Prime Plaza Hotel yang tersebar di beberapa kota lainnya seperti, Prime Plaza Hotel Sanur, Prime Plaza Hotel Jogjakarta, Prime Plaza Hotel Purwakarta dan Prime Plaza Hotel Kualanamu. Tidak hanya properti berbintang tiga dan empat saja, Prime Plaza Hotel & Resort juga memiliki hotel berbintang lima dan juga *resort* yang sebagian besar berlokasi di pulau Bali yaitu Dynasty Resort di South Kuta, Amadea Resort & Villas di Seminyak, Prime Plaza Suite di Sanur, Menjangan Dynasty Resort di daerah Bali barat dan yang terakhir berlokasi di Lombok, Nusa Tenggara Barat yaitu Gili Eco Villas di Gili Trawangan.

Sebagai salah satu properti milik Prime Plaza Hotel & Resort yang berbintang 4, Prime Plaza Hotel Jogjakarta menyebutkan dalam websitenya (Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2020) bahwa hotel ini berlokasi di daerah yang

strategis yaitu diantara beberapa universitas ternama yang ada di Yogyakarta seperti UNY, UGM, Sanata Dharma dan Atma Jaya Yogyakarta. Selain berada di antara universitas tersebut, terdapat juga sekolah bahasa dan akses mudah menuju bandara Adi Sucipto serta stasiun Tugu yang dapat ditempuh hanya dengan waktu kurang lebih 15 menit saja. Tidak hanya akses transportasi yang mudah, tentu saja yang sangat dibutuhkan oleh para wisatawan adalah akses yang mudah menuju tempat wisata seperti Malioboro, Keraton Yogyakarta, Alun Alun kota Yogyakarta dan masih banyak tempat yang lainnya.

Selain berbicara mengenai akses dan lokasi yang strategis, dalam Saputra (2014, h. 5) Prime Plaza Hotel Jogjakarta disebutkan sebagai salah satu hotel di Yogyakarta yang menjalankan program *Green Hotel*. Program ini mengharuskan perusahaan untuk mengaplikasikan konsep ramah lingkungan dan hemat energi dalam operasionalnya. Salah satu usaha yang diwujudkan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta dalam konsep hemat energi (listrik) yaitu mengganti penggunaan fasilitas *lift* dengan tangga. Selain itu Prime Plaza Hotel Jogjakarta menerapkan konsep ramah lingkungan dengan melakukan pengelolaan limbah air dan sampah yang dikelompokkan berdasarkan jenisnya. Konsistennya Prime Plaza Hotel Jogjakarta dalam menjalankan program *Green Hotel* ini menghasilkan penghargaan (Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2021) Green Hotel Award dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif secara berturut-turut pada tahun 2011 hingga 2015. Selain itu penghargaan

Green Hotel Award dari Indonesia Sustainable Tourism Awards (ISTA) di tahun 2019.

Selain mengusung konsep hotel ramah lingkungan melalui program *Green Hotel*, Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga menyuguhkan hotel dengan konsep *leisure* dan *MICE* (*meeting, incentive, conferences, exhibitions*). Hotel dengan konsep seperti ini sangat ramah bagi pelancong yang ingin berlibur sambil melakukan perjalanan bisnis (Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2021). Melalui konsep ini Prime Plaza Hotel Jogjakarta memberikan berbagai penawaran dan didukung oleh fasilitas yang cukup modern serta lengkap, agar aktivitas ini tetap nyaman dan memudahkan pelanggan melakukannya di dalam satu tempat yang sama.

Prime Plaza Hotel Jogjakarta sebagai hotel yang mengusung berbagai konsep seperti ramah lingkungan hingga *leisure* dan *MICE* (*meeting, incentive, conferences, exhibitions*) memberikan kemudahan melalui beberapa fasilitas berikut. Melalui data yang diperoleh dari (*HR Department* Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2020) fasilitas tersebut meliputi **kamar hunian** yang nyaman yg dibagi menjadi beberapa tipe yaitu *Deluxe room, Deluxe Pool View Room, Executive Deluxe Room, Executive Deluxe Pool Access Room, Junior Suites Room, Executive Suites Room, Parlour Suites Room* dan *Presidential Suites Room*.

Karena mengusung konsep *MICE* (*meeting, incentive, conferences, cexhibitions*) Prime Plaza Hotel Jogjakarta menyediakan kebutuhan **ruang pertemuan/meeting room** yang sangat mumpuni. Terdapat 13 ruang

pertemuan/*meeting room* yang terdiri dari 8 *Executive meeting room* dan 5 *Fungsional meeting room* yang dapat memuat pertemuan dalam skala kecil hingga besar. Selain ruang pertemuan kecil Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga memiliki 1 **ballroom**, ruangan ini berkapasitas hingga 1000 orang. Letaknya yang strategis memudahkan akses langsung menuju tempat parkir dan memudahkan orang-orang untuk menemukannya. Ruangan ini juga dapat dipecah menjadi tiga ruangan yang lebih kecil sesuai dengan kebutuhannya.

Tidak hanya dilengkapi oleh fasilitas ruangan yang beraneka ragam, Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga dilengkapi dengan beberapa fasilitas pendukung lainnya seperti **Srikaton Restoran** mengusung konsep tradisional Jawanya restoran ini banyak menyediakan menu-menu tradisional nusantara, masakan barat dan oriental. Lokasinya berada tepat di *lobby* hotel dan berkapasitas hingga 180 orang. Selain restoran Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga dilengkapi dengan bar dan *coffee shop* bernama **Colombo Pool Terrace** yang menyajikan berbagai minuman untuk bersantai sambil menikmati pemandangan sekitar seperti taman dan kolam renang.

Fasilitas kebugaran yang dimiliki Prime Plaza Hotel Jogjakarta tergolong sangat lengkap. **Kirana Health Club** memiliki banyak alat olahraga yang modern dan canggih. *Health Club* ini juga dilengkapi dengan *complete gym corner, aerobic room, yoga room, tennis ball court, basket 3 on 3 ball court, beach volley court* dan *jogging track*. Berlokasi di tempat yang sama dengan *Kirana Health Club*, **Sekar Arum Spa** berkonsep Jawa dan Jepang ini merupakan salah satu fasilitas yang dimiliki Prime Plaza Hotel Jogjakarta,

untuk memanjakan para tamu dengan berbagai macam perawatan spa dan salon. Sekar Arum Spa juga dilengkapi dengan *whirpool* dan sauna.

Selain fasilitas untuk kegiatan indoor, Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga menyediakan fasilitas outdoor seperti, **Langensuko Park** yang merupakan tempat yang cocok digunakan untuk *outdoor event* seperti *wedding*, *gathering*, *barbeque party* dan yang lainnya. Memiliki kapasitas 300 hingga 1000 orang dan lokasinya yang dekat dengan tempat parkir dapat memudahkan akses para pengunjung. Tidak hanya fasilitas bagi pengunjung dewasa, anak-anak juga memiliki fasilitas sendiri di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. **Dolanan Kids Fun** merupakan ruangan bermain anak yang disediakan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta ini memiliki berbagai macam permainan serta sangat aman karena berada di dalam ruangan dan orang tua juga dapat mengawasi anaknya secara langsung. Selain itu terdapat fasilitas lainnya yang juga yang **melengkapi fasilitas utama** di Prime Plaza Hotel Jogjakarta, seperti *drop off to malioboro service*, *laundry service*, *medical service (doctor on call)*, *concierge service*, *tour & travel service*, *gift shop*, *swimming pool*, *lobby lounge* dan *bicycle rent*.

B. Visi-Misi Prime Plaza Hotel Jogjakarta

Sebagai salah satu penyedia jasa akomodasi, Prime Plaza Hotel & Resort memiliki filosofi yaitu “*Yes, We Care*” yang diterapkan diseluruh properti yang dimilikinya termasuk Prime Plaza Hotel Jogjakarta (Prime Plaza Hotel & Resort, 2020). Filosofi ini tidak hanya digunakan dalam menjalankan hingga mencapai tujuan dari bisnis yang dijalankan oleh Prime Plaza Hotel

Jogjakarta, namun juga bagaimana pertumbuhan dan perkembangan dari Prime Plaza Hotel Jogjakarta dari berbagai sisi. Selain itu Prime Plaza Hotel & Resort juga memiliki visi dan misi dalam menjalankan bisnis perhotelan yang diterapkan diseluruh properti termasuk Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Visi dan misi ini yang tentunya akan dijadikan sebagai sebuah acuan dalam menjalankan berbagai macam hal di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Visi dan misi dari Prime Plaza Hotel Jogjakarta dapat dijabarkan sebagai berikut :

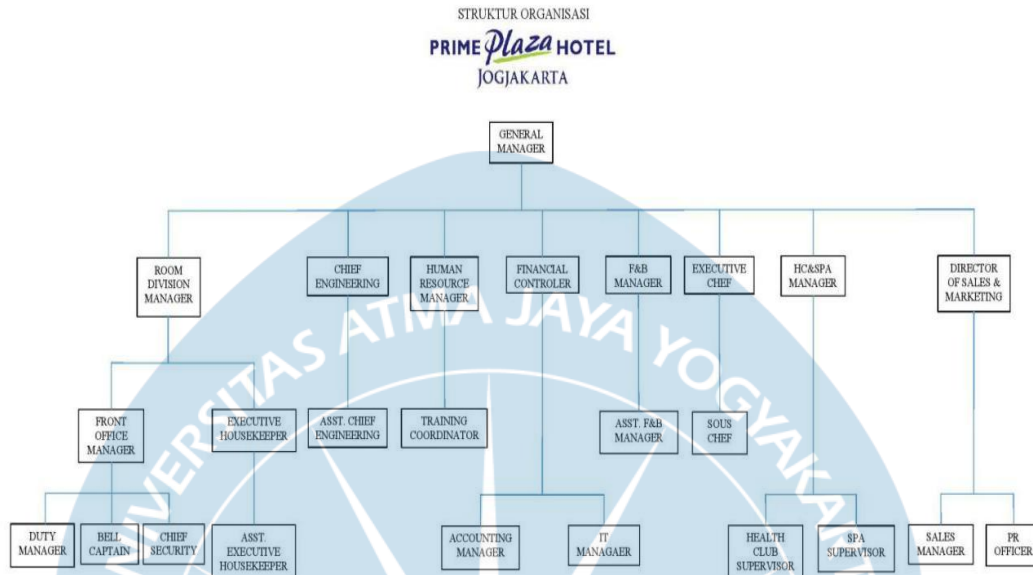
1. Visi

“P R I M E - People Responsible Individually for Managing Excellence. We believe in our people and want to empower them and for them to take personal responsibility in order to ensure the guests expectations are exceeded”. Dalam visi yang ingin disampaikan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta adalah bagaimana dapat memenuhi segala ekspektasi serta keinginan dari tamu, melalui pelayanan terbaik yang diberikan oleh seluruh bagian dari Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

2. Misi

“Commitment to growth and expansion through its people”. Melalui misi yang akan dijalankan, Prime Plaza Hotel Jogjakarta ingin tumbuh bersama melalui keramahan serta pelayanan terbaik yang diberikan, serta berkembang melalui penyedia jasa perhotelan dalam mendukung pariwisata agar semakin maju.

C. Struktur Organisasi Prime Plaza Hotel Jogjakarta



Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Prime Plaza Hotel Jogjakarta

(Sumber: *Human Resource department* Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2020)

1. General Manager

Dalam struktur organisasi Prime Plaza Hotel Jogjakarta *General Manager* menduduki posisi tertinggi. *General Manager* bertugas atau bertanggung jawab atas semua hal yang dijalankan di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. *General Manager* juga menjadi pemegang keputusan tertinggi, merancang hal-hal yang digunakan dalam menjalankan atau mengoperasikan hotel ini seperti, strategi-strategi perusahaan dan anggaran tahunan dan sebagainya. *General Manager* juga membawahi beberapa departemen yaitu *room division*, *engineering*, *human resource*, *finance*, *food & beverage*, *kitchen*, *health club & spa* dan yang terakhir adalah *sales & marketing*. Seluruh departemen memiliki seorang manajer yang menjadi pemimpin dan ada beberapa lagi jajaran dibawahnya yang bekerja sama menjadi satu

departemen dalam memberikan pelayanan terbaik kepada para tamu yang menginap di Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

2. Room Division

Departemen *room division* inilah yang paling sering bersinggungan secara langsung dengan tamu yang menginap di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Departemen ini dipimpin oleh seorang *room division manager* yang kemudian membawahi *front office manager* dan *executive housekeeper*. *Front office manager* dalam departemen ini bertanggung jawab atas keperluan tamu seperti administrasi dan jadwal *check in* serta *check out* tamu. *Front office manager* masih membawahi seperti *duty manager*, *bell captain* dan *chief security*. Selain *front office manager*, *room division* juga membawahi *executive housekeeper* yang bertanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan seluruh fasilitas hotel. *Executive housekeeper* dalam kerjanya dibantu oleh seorang asisten *executive housekeeper*.

3. Engineering

Departemen *Engineering* dipimpin oleh seorang *chief engineering* dan dibantu oleh asisten *chief engineering*. Departemen ini bertugas dalam segala urusan yang berkaitan dengan hal teknis hotel seperti, pengoperasian mesin, listrik dan masih banyak yang lainnya.

4. Human Resource

Departemen ini tentunya bertugas dalam mengelola hal yang berhubungan dengan karyawan seperti, perekrutan karyawan dan kegiatan-kegiatan yang digunakan untuk mengeratkan hubungan antar

karyawan dalam bekerja Departemen ini dipimpin oleh seorang *human resource manager* serta dalam kerjanya dibantu oleh *training coordinator* yang membantu mengelola karyawan yang sedang *training/magang*.

5. Financial Controller

Dalam departemen *financial controller* ini terdapat dua divisi yaitu *accounting* dan *IT*. Departemen *accounting* dipimpin oleh seorang *accounting manager* yang tugas atau bertanggung jawab dalam mengelola segala aliran keuangan yang ada di Prime Plaza Hotel Jogjakarta, baik itu dalam hal pemasukan maupun pengeluaran. Sedangkan departemen *IT* bertugas dalam mengelola segala sistem yang berkaitan dengan aplikasi dan jaringan yang digunakan dalam menjalankan aktivitas kerja karyawan dan tamu di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Departemen ini dipimpin oleh seorang *IT manager*.

6. Food & Beverage (Service)

Departemen ini sudah pasti bertanggung jawab atas penyiapan dan penyajian makanan dan minuman kepada tamu di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Dipimpin oleh seorang *F&B manager* dan dibantu oleh asisten *F&B manager*. Departemen *food & beverage* ini dibagi menjadi dua yaitu, *F&B product* dan *F&B service*. Dalam *F&B service* tentu bertanggung jawab atas pelayanan dalam menyajikan hidangan yang baik hingga sampai ke tamu.

7. Food & Beverage (Product)

Departemen ini dipimpin oleh seorang *executive chef* dan membawahi *sous chef*. Bertanggung jawab atas produk makanan dan minuman yang akan

disajikan kepada tamu agar tetap dalam kondisi baik dan layak untuk dikonsumsi.

8. Health Club & Spa

Departemen ini bertugas dalam mengelola pelayanan serta fasilitas yang diberikan kepada pengguna *health club* dan *spa* di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Departemen ini dipimpin oleh seorang *health club & spa manager*, yang membawahi *health club supervision* dan *spa supervision*.

9. Sales & Marketing

Departemen ini bertanggung jawab atas segala kegiatan penjualan, pemasaran produk dan promosi *room/kamar, food & beverage, meeting event, wedding* dan *banquet* dari Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Departemen ini dipimpin oleh seorang *director of sales and marketing* (DOSM) yang membawahi *sales manager, sales executive, e-commerce* dan *public relations*. *Public relations* atau PR dalam departemen ini bertugas dalam melakukan publikasi terkait informasi yang ingin disampaikan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta ke masyarakat luas. Selain itu menjalin hubungan yang baik dengan berbagai *stakeholder* seperti, pelanggan, media dan komunitas. Tugas PR juga bertanggung jawab dalam event-event dan CSR (*corporate social responsibility*) yang diadakan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

Departemen sales & marketing ini lah yang menjadi tempat peneliti dalam melakukan penelitian. Peneliti memilih PR *Officer* dan *Director of Sales & Marketing* (DOSM) sebagai narasumber. Pemilihan narasumber ini dilakukan berdasarkan fungsi atau peran yang dijalankannya di dalam Prime

Plaza Hotel Jogjakarta. Adapun profil dari narasumber yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut.

a. *PR Officer*

PR Officer dipilih menjadi narasumber utama dalam penelitian ini untuk memberikan informasi dan data-data yang akan diperlukan oleh peneliti karena, *PR Officer* menjadi pemeran utama yang menjalankan aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Maka dari itu perlu diketahui beberapa *jobdesk* yang dijalankan oleh Caroline Gabby Amadea Prayogo sebagai *PR Officer* di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Sebagai *PR Officer* yang telah bekerja di hotel ini hampir selama dua setengah tahun terhitung sejak bulan Februari 2019 (Sales & Marketing Department Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2018) ada beberapa *jobdesk* yang harus dijalankan oleh seorang *PR Officer* seperti:

1) *Membuat Daily Media Impression*

Media impression merupakan salah satu bentuk kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh *PR Officer* di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. *Media impression* dikerjakan setiap hari yang dilihat berdasarkan publikasi mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta, Prime Plaza Hotel Group (termasuk seluruh properti yang dimiliki) dan isu-isu atau *event* yang berhubungan dengan pariwisata yang ada di Yogyakarta, yang diperoleh melalui koran dan portal berita digital atau online. *Media impression* disiapkan oleh *PR Officer* kemudian

di periksa kembali oleh *Director of Sales & Marketing* (DOSM) kemudian disetujui oleh *General Manager* (GM).

2) Menjalin Relasi dengan *Stakeholder*

Sebagian besar aktivitas dalam menjalin relasi yang dilakukan PR *Officer* adalah untuk *stakeholder* eksternal perusahaan. Konsumen merupakan *stakeholder* eksternal yang tentu sangat berpengaruh bagi Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Seperti untuk konsumen PR *Officer* dapat memberikan *compliment* seperti *souvenir* atau *welcome gift*. Mengadakan kegiatan seperti memasak bersama atau mengunjungi tempat wisata bersejarah bagi tamu *long stay* atau biasa disebut *long stay outing*, yaitu ditujukan untuk konsumen yang menginap di Prime Plaza Hotel Jogjakarta dalam jangka waktu yang lama (minggu hingga bulanan).

Komunitas di sekitar lingkungan Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga mendapat perhatian yang cukup baik melalui berbagai kegiatan yang dilakukan PR *Officer* dalam usaha menjalin relasi dengan *stakeholder*. Seperti dalam (Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2021) beberapa kegiatan sosial yang untuk menyapa lingkungan sekitar Prime Plaza Hotel Jogjakarta melalui kegiatan Ramadhan dan penyaluran bantuan pokok sembako kepada masyarakat.

Media menjadi salah satu fokus utama PR *Officer* di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Dapat dikatakan sebagian besar jobdesk yang dilakukan menyangkut aktivitas dengan media. Relasi dengan media

atau *media relations* ini dijalankan dengan berbagai aktivitas yaitu melakukan kunjungan ke media (*media visit*), memberikan *birthday surprise*, mengadakan *luncheon* atau makan bersama dengan media di Prime Plaza Hotel Jogjakarta untuk sekedar memperkenalkan hidangan baru atau membahas sebuah kerja sama, *media fun trip (outing)* yaitu mengunjungi destinasi wisata selama beberapa hari yang ada di Yogyakarta dengan media yang terpilih (biasanya diadakan setahun sekali), *gathering* mengumpulkan media dalam sebuah acara khusus atau peringatan hari-hari besar untuk menjalin keakraban bersama dan membuat berita publikasi berupa *press release* dan iklan promosi. Termasuk dalam menyiapkan gambar publikasi berupa desain poster atau ucapan yang dibantu dikerjakan oleh seorang *graphic design*.

Selain itu untuk aktivitas yang berkaitan dengan *stakeholder* internal PR *Officer* dibantu oleh departemen *Human Resource* seperti mengadakan kegiatan *employee meeting* setiap bulannya sebagai usaha mengeratkan relasi antar karyawan serta memberikan penghargaan bulanan kepada karyawan yang terpilih (*Human Resource Department* Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2020).

3) Mengelola Sosial Media dan Website

Selain media massa, pengelolaan media digital juga merupakan *jobdesk* seorang PR *Officer* di Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Media digital tersebut adalah akun-akun sosial media milik Prime Plaza

Hotel Jogjakarta seperti Instagram, Facebook dan Twitter. Dalam pengelolaan ini PR *Officer* bertugas memberikan informasi terbaru mengenai promosi, *event*, publikasi peringatan hari-hari besar nasional dan internasional dan informasi penghargaan, termasuk juga menjaga hubungan dengan konsumen melalui sosial media.

Pengelolaan website khususnya bagian *newsletter* juga menjadi *jobdesk* PR *Officer*. *Newsletter* tersebut akan dipublikasikan setiap bulan di laman website Prime Plaza Hotel Jogjakarta yang berisikan *event* yang berjalan sebulan terakhir, promosi, artikel menarik seputar Yogyakarta dan ulasan-ulasan dari konsumen yang menginap di Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

4) Membuat Proposal dan Laporan Hasil Kegiatan (*Event*)

Setiap kegiatan yang akan dilakukan oleh PR *Officer* memerlukan persiapan seperti perancangan proposal kegiatan. Maka hal ini menjadi salah satu *jobdesk* PR *Officer* beserta dengan laporan hasil akhir kegiatan baik berupa evaluasi dan jumlah pengeluaran.

5) Membuat Laporan Bulanan P&L (*Profit & Loss*) dan *Monthly Media Impression*.

P&L atau *profit & loss* yang dikerjakan oleh PR *Officer* berkaitan dengan jumlah publikasi yang diperoleh di media setiap bulannya. Publikasi tersebut termasuk jumlah *press release* dan iklan yang berhasil ditayangkan di media seperti koran, radio dan portal

berita online. Laporan ini dikerjakan setiap bulan dan diperiksa kembali oleh *Director of Sales & Marketing* (DOSM).

Telah disebutkan sebelumnya media menjadi *stakeholder* penting bagi Prime Plaza Hotel Jogjakarta maka, *PR Officer* merancang program *media relations*. *PR Officer* menjadi pemeran utama dalam hal ini karena bersinggungan langsung dengan pihak media. Tidak hanya sendiri *PR Officer* juga dibantu oleh DOSM (*Director of Sales & Marketing*) secara langsung dalam merencanakan program, memberikan arahan dan saran serta persetujuan (*approval*) kegiatan yang akan dijalankan.

Program *media relations* yang dijalankan *PR Officer* Prime Plaza Hotel Jogjakarta memerlukan proses perencanaan komunikasi secara strategis, melalui tahapan seperti merencanakan strategi program, menentukan pelaksanaan program, hingga program tersebut dapat dieksekusi dengan baik. Dilanjutkan dengan melihat *feedback* dan melakukan evaluasi dari program *media relations* yang telah dijalankan sebelumnya.

b. *Director of Sales & Marketing* (DOSM)

Ibu Meiyanti Marsya adalah *Director of Sales & Marketing* (DOSM) yang menjabat di Prime Plaza Hotel Jogjakarta saat ini. DOSM membawahi beberapa jabatan di departemen *sales & marketing* seperti *Sales Secretary*, *Sales Manager*, *Sales Executive*, *PR Officer* dan *e-commerce*. Dipilihnya DOSM sebagai salah satu narasumber dalam penelitian ini karena, menurut (*Sales & Marketing department* Prime

Plaza Hotel Jogjakarta, 2020) DOSM di Prime Plaza Hotel Jogjakarta sebagai pimpinan yang menjabat dalam departemen *sales & marketing* dimana PR *Officer* berada. Sebagai pimpinan DOSM memiliki andil walaupun tidak secara langsung bersinggungan dengan aktivitas yang dilakukan oleh PR *Officer*, namun beberapa perencanaan program dalam skala yang lebih besar DOSM Prime Plaza Hotel Jogjakarta turut tergabung di dalamnya.

DOSM juga membantu PR *Officer* dalam merencanakan, memantau dan memberikan saran serta evaluasi dalam *jobdesk* yang dilakukan PR *Officer*. Seperti dalam upaya menjalin relasi dengan berbagai *stakeholder*, memeriksa dan memberi masukan atas tulisan dan desain (poster, postingan instagram dan iklan) yang dikerjakan oleh PR *Officer*. Serta menerima laporan hasil kerja PR *Officer* dalam periode minggu, bulan dan tahun, yang kemudian akan dilanjutkan diberikan kepada jajaran atas perusahaan.

Khususnya dalam program *media relations* ini, sebagai DOSM yang telah cukup lama bekerja di Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga bertugas untuk memberikan informasi, relasi, bimbingan dan pengalaman/evaluasi terdahulu untuk PR *Officer* dalam merencanakan dan menjalankan aktivitas program *media relations* di Prime Plaza Hotel Jogjakarta Selain itu DOSM di sini juga berperan dalam proses *approval* atas kegiatan atau program yang dirancang atau akan dilakukan oleh PR *Officer* (*Sales & Marketing departement* Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2020). Maka

pemilihan DOSM sebagai narasumber kedua dalam penelitian ini, akan sangat membantu peneliti menemukan data-data pendukung untuk melengkapi informasi PR *Officer* dalam proses perencanaan komunikasi strategis program *media relations* di Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

D. Media yang Berelasi dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta

Melihat fokus penelitian bagaimana proses perencanaan komunikasi strategis yang dilakukan oleh PR *Officer* dalam menjalankan program *media relations*, maka berikut adalah media-media yang telah memiliki relasi dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Media tersebut terdiri dari media cetak yaitu koran, radio dan media berita online serta blog-blog.

1. Media Cetak (Koran)

Media cetak masih menjadi pilihan utama dari media yang memiliki relasi dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Media cetak ini di khususkan lagi pada koran, karena koran masih memiliki pembaca dalam kalangan atau segmentasi-segmentasi tertentu. Koran juga masih menjadi kebutuhan hotel di beberapa *outlet* seperti *lobby*, restoran, salon, spa dan beberapa fasilitas publik lainnya. Maka Prime Plaza Hotel Jogjakarta menjalin relasi dengan beberapa koran cetak di kota Yogyakarta, Jawa Tengah dan juga koran dengan skala nasional. Dengan tujuan publisitas yang luas dan informasi yang ingin disampaikan dapat mencapai berbagai kalangan. Serta relasi yang terjalin dengan media melalui perantaraan wartawan atau jajaran media lainnya dapat berjalan dengan baik. Berikut adalah beberapa media cetak koran yang telah memiliki

relasi dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta (*Sales & Marketing Department* Prime Plaza Hotel Jogjakarta, 2020).

a. Radar Jogja

Radar Jogja merupakan salah satu media yang telah menjalin relasi yang lama dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Sebagian besar pemberitaan mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga terpublikasi di koran Radar Jogja baik dalam bentuk *news release* atau pun iklan.

b. Kedaulatan Rakyat

Kedaulatan Rakyat (KR) juga menjadi salah satu media yang sudah menjalin relasi sejak lama dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Pemberitaan mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga tersiar cukup banyak di koran Kedaulatan Rakyat. Koran ini dipilih untuk berelasi dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta karena memiliki pembaca dari berbagai kalangan, sehingga dapat menjangkau informasi dengan skala yang luas.

c. Tribun Jogja

Tribun Jogja merupakan salah satu media cetak yang hingga saat ini masih tetap eksis di kota Yogyakarta. Maka Prime Plaza Hotel Jogjakarta memutuskan untuk berelasi dengan Tribun Jogja agar informasi yang akan dipublikasikan dapat menjangkau para pembaca koran Tribun Jogja. Selain itu Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga

ingin memiliki relasi yang dekat dengan berbagai media yang ada di kota Yogyakarta dan sekitarnya.

d. Harian Jogja

Tidak berbeda jauh dengan Tribun Jogja, Harian Jogja juga merupakan salah satu media cetak yang masih eksis dan memiliki pembaca dikalangannya. Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga memutuskan untuk berelasi dengan koran Harian Jogja untuk memperluas sebaran informasi yang ingin disampaikan melalui media ini.

e. Suara Merdeka

Suara merdeka memiliki cakupan area publikasi dan pembaca yang lebih luas dari media lainnya. Cakupan area koran Suara Merdeka melingkupi area Jawa Tengah dan sekitarnya. Maka Prime Plaza Hotel Jogjakarta memilih media ini untuk berelasi agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersebar lebih luas, tidak hanya di dalam area kota Yogyakarta saja.

f. Kompas

Koran Kompas dipilih juga berdasarkan masih eksisnya media ini di kota Yogyakarta dan memiliki pembaca dari kalangan tertentu. Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga ingin menyebarkan atau mempublikasikan pemberitaanya melalui media ini, yang mungkin kalangan atau pembacanya tidak dapat dijangkau oleh media lain.

g. Media Indonesia dan Koran Jakarta

Media Indonesia dan Koran Jakarta merupakan media dalam skala nasional. Kerja sama atau relasi yang terjalin juga agar penyebaran dan publikasi informasi dapat menjangkau area yang lebih luas. Hingga Prime Plaza Hotel Jogjakarta dapat dikenal sebagai salah satu hotel pilihan di kota Yogyakarta. Media yang berelasi dalam skala nasional ini juga menjadi pilihan karena telah memiliki relasi yang dijalin dengan Prime Plaza Hotel & Resort sebagai grup manajemen yang menaungi Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

2. Radio

Selain media cetak khususnya koran Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga menjalin relasi dengan media lainnya yaitu radio. Walaupun tidak banyak informasi atau publisitas mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta yang disebarkan melalui radio karena telah memilih fokus kepada media cetak, Prime Plaza Hotel Jogjakarta tetap menjalin hubungan baik dengan beberapa radio berikut. Radio-radio ini juga merupakan media yang masih tetap eksis hingga saat ini di kota Yogyakarta.

- a. Swaragama
- b. Rakosa FM
- c. iRadio Jogja
- d. Redjobuntung FM
- e. Jiz FM

- f. Radio Unisi
- g. Radio Q
- h. Sonora FM
- i. Radio Kota Perak
- j. Prambors Radio

3. Blog atau Portal Berita Online

Dalam situasi dan kondisi perkembangan zaman saat ini penyebaran informasi sudah lebih mudah dilakukan melalui media digital. Memberikan kemudahan untuk dapat diakses kapan saja dan di mana saja, maka media digital juga menjadi salah satu pilihan Prime Plaza Hotel Jogjakarta dalam menjalin relasi dengan berbagai media. Media digital tersebut seperti blogspot contohnya Hipwee dan beberapa portal berita online. Melalui media digital ini juga informasi dan publisitas lebih mudah untuk di pantau atau di monitoring keberadaanya. Karena publikasi tersebut dapat dilihat berulang kali menggunakan akses internet saja.

E. Program Media Relations di Prime Plaza Hotel Jogjakarta

PR *Officer* Prime Plaza Hotel Jogjakarta menjalankan salah satu fungsi PR, yaitu mengelola relasi dengan para *stakeholder* internal dan eksternal. Salah satu *stakeholder* eksternal adalah media, PR *Officer* Prime Plaza Hotel Jogjakarta melalui jobdesk-jobdesk yang dijalankannya sebagian besar fokus pada relasi dengan media. Maka PR *Officer* memerlukan perencanaan dari program *media relations* yang akan dijalankannya. Prime Plaza Hotel

Jogjakarta menjalankan program *media relations* untuk mengeratkan hubungan kerja sama dengan media, sehingga menciptakan kedekatan seperti partner kerja yang baik dan saling mendukung. Program ini dijalankan melalui beberapa kegiatan atau aktivitas *media relations* baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut adalah beberapa bentuk aktivitas dari program *media relations* yang dijalankan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

1. *Media Visit*

Aktivitas ini merupakan kegiatan rutin mingguan yang dilakukan dalam program *media relations* yang dijalankan oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Sebelum melakukan *media visit* PR *Officer* Prime Plaza Hotel Jogjakarta akan menentukan media yang akan di kunjungi. Pembagian media yang akan dikunjungi harus tepat agar seluruh media dapat dikunjungi secara rutin. Jika dalam minggu pertama media yang dikunjungi adalah media cetak maka minggu selanjutnya adalah radio atau media online. Proses pemilihan media ini PR *Officer* lakukan ketika melakukan perencanaan bulanan dan mingguan dalam tahap perencanaan komunikasi tersebut. Hal ini dilakukan agar bisa berjumpa secara langsung dengan media dan menjaga komunikasi sudah berjalan dengan baik tetap dapat dipertahankan agar tujuan Prime Plaza Hotel Jogjakarta dalam penyebaran informasi dapat berjalan dengan baik.

2. Acara Khusus (*Special Event*)

PR officer Prime Plaza Hotel Jogjakarta mengadakan acara khusus bersama atau berkaitan dengan media ini biasanya dalam rangka peringatan hari besar nasional atau internasional. Selain itu kegiatan lainnya seperti *community relations*, program *green hotel* dan lain sebagainya. Ketika akan melaksanakan acara khusus (*special event*) ini ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan dan dipertimbangkan. Salah satunya adalah menyesuaikan jadwal para media agar seluruhnya dapat menghadiri acara yang akan diadakan. Hal ini dikarenakan berbedanya jam kerja dan kesibukan yang dialami berbagai media.

Selain dengan menyesuaikan jadwal PR Officer Prime Plaza Hotel Jogjakarta mengatakan pemilihan tema dalam mengadakan acara khusus (*special event*) juga menjadi pertimbangan yang penting. Pemilihan tema mempengaruhi ketertarikan media dengan acara tersebut juga terkait dengan berita yang akan dimuat di media apakah memenuhi kriteria berita yang dapat dipublikasikan kepada masyarakat luas atau tidak. Selain menentukan tema dan jadwal media, hal yang tidak kalah pentingnya adalah selalu mempersiapkan rangkaian jalannya acara (*rundown*) agar acara dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

3. *Media Fun Trip*

Kegiatan ini biasanya dikenal dengan *press tour*, Director of Sales & Marketing Prime Plaza Hotel Jogjakarta mengatakan program ini

direncanakan oleh Prime Plaza Hotel Group yaitu grup perusahaan yang menaungi beberapa properti Prime Plaza Hotel. Prime Plaza Hotel Group sebagai grup pusat yang berlokasi di kota Jakarta merencanakan kegiatan *media fun trip* untuk seluruh properti yang tergabung dalam grupnya. Prime Plaza Hotel Group akan memilih media yang akan diajak untuk bekerjasama, kemudian diarahkan kepada salah satu properti yang selanjutnya akan menentukan acara atau tempat yang akan dikunjungi.

Perencanaan kegiatan ini tidak jauh berbeda dengan mengadakan acara khusus (*special event*) beberapa hal penting seperti pemilihan tema acara, tempat yang akan dikunjungi dan menyiapkan rangkaian jalannya acara (*rundown*) juga sangat diperlukan. *Media fun trip* biasanya diadakan setahun sekali di setiap propertinya. Dalam kunjungannya media akan diajak untuk mengunjungi tempat wisata ataupun yang memiliki nilai sejarah dari daerah tersebut, kemudian media akan menuliskan kegiatan kunjungan tersebut, destinasi wisatanya dan informasi mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta agar dimuat di medianya. Kegiatan ini dapat mengakrabkan media dengan PR *Officer* agar media bisa menulis pemberitaan dan informasi yang baik mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta.

4. *Birthday Surprise*

Kegiatan ini dilakukan saat media memperingati hari jadinya, dilakukan dengan mengunjungi media tersebut sambil membawakan kue

serta menyampaikan beberapa harapan-harapan baik kedepannya. Kegiatan ini tentu bertujuan untuk terus menciptakan hubungan yang baik antara pihak media yang berelasi dengan Prime Plaza Hotel Jogjakrta. Kegiatan ini juga dapat membangun kedekatan personal yang memberikan kesan tersendiri kepada media bahwa Prime Plaza Hotel Jogjakarta selalu mengingat keberadaan media tersebut melalui hari jadi mereka.

Birthday surprise biasanya telah direncanakan sebelumnya oleh PR Officer Prime Plaza Hotel Jogjakarta dengan melakukan pendataan hari jadi media-media di setiap bulannya yang kemudian dijadikan sebuah daftar. Hal ini dilakukan agar tidak ada media yang terlewat peringatan hari jadinya sehingga Prime Plaza Hotel Jogjakarta tetap bisa memperingati hari penting tersebut. Dalam kunjungannya ke media biasanya diwakili oleh PR Officer dan beberapa staf departemen *sales & marketing* atau jajaran manajemen dari Prime Plaza Hotel Jogjakarta lainnya yang berkenan untuk mewakili.

5. Luncheon

Kegiatan ini dilakukan dengan mengundang salah satu media untuk dijamu dalam pertemuan makan siang ataupun sekedar menikmati minuman atau kopi bersama. Sebelum dilakukannya kegiatan ini PR Officer Prime Plaza Hotel Jogjakarta melakukan persiapan atau perencanaan seperti menghubungi media untuk menyesuaikan jadwal

pertemuan dan menentukan topik atau hal yang akan dibahas dalam pertemuan tersebut.

Tujuan dari kegiatan ini hampir sama seperti kegiatan dari program *media relations* lainnya yaitu tentu untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak media dengan berbagai cara. *Luncheon* menjadi salah satu pilihan kegiatan ketika Prime Plaza Hotel Jogjakarta memiliki menu-menu baru yang dihidangkan di Srikaton restorannya agar dapat disuguhkan kepada rekan-rekan media. Hal ini merupakan salah satu cara agar rekan-rekan media merasa dianggap sebagai bagian dari Prime Plaza Hotel Jogjakarta dan memiliki kedekatan tersendiri agar nantinya selalu mendukung setiap kegiatan yang tentunya melibatkan pihak media.

6. Publikasi Berita (*News/Press Release*)

Pesan publikasi merupakan kegiatan yang tidak melalui tatap muka yang menjadi kegiatan utama banyak instansi dalam menjalankan program *media relations*. Prime Plaza Hotel Jogjakarta juga melakukan kegiatan ini, menyampaikan pesan-pesan atau informasi kepada masyarakat melalui perantaraan media. Melalui pesan publikasi berita ini banyak informasi terkini mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta yang ingin diinformasikan kepada khalayak luas. Melalui tulisan berita atau informasi berupa infografis seperti poster dan foto-foto. PR *Officer* Prime Plaza Hotel Jogjakarta biasanya akan menuliskan informasi seperti pelaksanaan acara khusus yang telah dilaksanakan oleh Prime Plaza

Hotel Jogjakarta, penghargaan yang telah diraih atau menginformasikan promosi-promosi produk seperti promosi menginap atau *food & beverage*. Mengirimkan pesan publikasi atau *news release* ini juga akan memperlihatkan posisi Prime Plaza Hotel Jogjakarta di media pemberitaan. Melalui penulisan pesan berita atau infografis yang menarik di mata media dan memiliki nilai berita tentu akan dimuat dalam berita media tersebut.

