

LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN  
**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* DI  
GRAND TJOKRO HOTELS INDONESIA**

(Studi Kasus pada Aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta sebagai  
Jembatan Komunikasi antara Perusahaan dan Publik Eksternal)



Oleh:

**Grace Agustin - 120904652**

**Konsentrasi Studi *Public Relations***

**Dosen Pembimbing : Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* DI  
GRAND TJOKRO HOTELS INDONESIA**

(Studi Kasus pada Aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta sebagai  
Jembatan Komunikasi antara Perusahaan dan Publik Eksternal)

Disusun oleh:

Grace Agustin

120904652

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini disusun guna melengkapi salah satu syarat kelulusan strata-1 Konsentrasi Studi *Public Relations* pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Disetujui oleh:



Dr. Phil. Yudi Perbawaringsih, M.Si

**HALAMAN PENGESAHAN**

Laporan Kuliah Kerja Lapangan

**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* DI  
GRAND TJOKRO HOTELS INDONESIA**

(Studi Kasus pada Aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta sebagai  
Jembatan Komunikasi antara Perusahaan dan Publik Eksternal)

Disusun oleh:

Grace Agustin  
(120904652)

Telah diuji dan dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji pada:

Hari/ Tanggal : Jumat, 16 Juni 2017  
Waktu : 13.00 WIB  
Tempat : Ruang Pendadaran 3 Lantai 1, Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tim Penguji

Dosen Penguji I

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si

Dosen Penguji II

Rifka Ade Osinta Sibarani, S.IP, M.A



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Grace Agustin  
NPM : 120904652  
Program Studi : Ilmu Komunikasi, *Public Relations*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan *plagiarism* atau hasil karya milik orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini adalah hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dalam keadaan sadar, tidak atas tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 23 Juni 2017

  
PT. PETERAI TEMPEL  
TGL. 23  
ABADF609392950  
000  
RIBU RUPIAH  
Grace Agustin

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat dan pendampingan-Nya atas rencana studi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Laporan ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan yang dijalankan penulis sesuai dengan topik aktivitas *Public Relations* di Grand Tjokro Hotels Indonesia dengan studi kasus pada aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan publik eksternal. Pembelajaran terhadap proses yang sudah dilalui diharapkan mampu memberikan sumbangsih ilmu yang berharga bagi perkembangan komunikasi secara khusus di dalam dunia *public relations*.

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ini tidak terlepas dari dukungan para orang-orang di sekitar penulis sehingga dapat menyelesaikan KKL ini dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan berkat selama proses pembuatan proposal, saat turun ke lapangan, penyusunan laporan dan hingga saat ini.
2. Kepada orang tua yang telah mendukung dari awal hingga akhir proses KKL.
3. Ibu Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si. selaku dosen pembimbing dan penguji I.
4. Ibu Rifka Ade Osinta Sibarani, S.IP, M.A selaku dosen penguji II.

5. Grand Tjokro Yogyakarta yang menjadi tempat penulis menjalani KKL dan menimba ilmu dan pengalaman baru.
6. Mba Carla, Mba Ayu, Mba Rara, Mba Efa, Mba Yoan, Mas Fajar, Pak Edwin, Pak Joko, Bu Stella, dan Lena yang sudah mengisi hari-hari dalam masa KKL, terima kasih atas ilmu dan pengalamannya.
7. Sahabat-sahabatku Agnes, Masayu, Ndonk, Bagus, dan Angga yang telah mendukung penulis dari awal hingga akhir KKL.
8. Serta pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu.

Semoga laporan Kuliah Kerja Lapangan ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi mahasiswa yang ingin menambah pengetahuan ataupun inspirasi tentang aktivitas hubungan karyawan melalui laporan ini.

Yogyakarta, 23 Juni 2017



Grace Agustin

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan KKL .....	3
D. Manfaat KKL .....	3
E. Kerangka Teori .....	4
1. Definisi <i>Public Relations</i> .....	4
2. Aktivitas <i>Public Relations</i> di Hotel .....	5
3. Hotel .....	7
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK KKL</b> .....	9
A. Sejarah Umum Grand Tjokro Yogyakarta .....	9
B. Visi dan Misi Grand Tjokro Hotels Indonesia .....	10

C. Logo .....	12
D. Lokasi Grand Tjokro Yogyakarta .....	13
E. Struktur Organisasi .....	13
F. Fasilitas Grand Tjokro Yogyakarta.....	19
<b>BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>22</b>
A. Temuan Data .....	22
1. Konsep <i>PR</i> di Grand Tjokro Hotels Indonesia .....	22
2. Aktivitas <i>PR</i> di Grand Tjokro Hotels Indonesia .....	23
B. Deskripsi Pelaksanaan KKL .....	40
C. Analisis Temuan Data .....	53
1. Analisis Konsep <i>PR</i> di Grand Tjokro Hotels Indonesia .....	53
2. Analisis Aktivitas <i>PR</i> di Grand Tjokro Hotels Indonesia .....	56
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
4.1 Kesimpulan .....	60
4.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Kamar Grand Tjokro Yogyakarta .....	20
Tabel 2.2 Klasifikasi Ruang <i>Meeting</i> Grand Tjokro Yogyakarta .....	21



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Grand Tjokro Hotels Indonesia .....	13
Gambar 2.2 Logo Grand Tjokro Yogyakarta .....	14
Gambar 3.1 <i>Release</i> 'Nasi Bhutto' Grand Tjokro Yogyakarta .....	26
Gambar 3.2 <i>Release</i> 'Nasi Bhutto' Grand Tjokro Yogyakarta .....	26
Gambar 3.3 <i>Release</i> Promo 'Nasi Bhutto' Grand Tjokro Yogyakarta .....	26
Gambar 3.4 <i>Media Visit</i> Grand Tjokro Yogyakarta ke Bernas .....	28
Gambar 3.5 <i>Media Visit</i> Grand Tjokro Yogyakarta ke Harian Jogja .....	28
Gambar 3.6 <i>Media Visit</i> Grand Tjokro Yogyakarta ke Rakosa FM .....	28
Gambar 3.7 <i>Media &amp; Travel Agent Gathering</i> Grand Tjokro Yogyakarta .....	29
Gambar 3.8 <i>Talk Show</i> Grand Tjokro Yogyakarta di Radio Jogja <i>Family</i> .....	32
Gambar 3.9 Poster di Dinding Koridor Hotel Grand Tjokro Yogyakarta .....	33
Gambar 3.10 <i>Birthday Greetings Card</i> Grand Tjokro Yogyakarta .....	34
Gambar 3.11 <i>Birthday Surprised</i> Grand Tjokro Yogyakarta untuk BCA .....	35
Gambar 3.12 <i>Greeting Card</i> Hari Galungan dan Kuningan .....	37
Gambar 3.13 Tautan <i>Facebook</i> Grand Tjokro Yogyakarta .....	38
Gambar 3.14 Tautan <i>Twitter</i> Grand Tjokro Yogyakarta .....	38
Gambar 3.15 Tautan <i>Instagram</i> Grand Tjokro Yogyakarta .....	39
Gambar 3.16 Klipping Pemberitaan Grand Tjokro Yogyakarta .....	42
Gambar 3.17 <i>Roll Banner</i> di Koridor Tjokro Restaurant .....	44
Gambar 3.18 Hasil <i>Photo Taking</i> Hot SHE_@NITA <i>Coffee</i> .....	46

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Grand Tjokro Yogyakarta .....	14
Bagan 2.2 Struktur Organisasi <i>Sales &amp; Marketing</i> Grand Tjokro Yogyakarta ....	18



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kota Yogyakarta sekarang ini menjadi salah satu tujuan pariwisata yang sangat diminati, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Banyak sekali wisata budaya dan wisata alam Yogyakarta yang dapat dijelajahi oleh wisatawan. Wisatawan lokal dan mancanegara dapat menyaksikan kekayaan budaya Jawa di Yogyakarta, seperti kerajinan tangan dan wisata kuliner yang sangat beragam untuk ditelusuri. Menurut pernyataan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali (<http://www.kemendagri.go.id/>).

Pariwisata memang akan berkaitan dengan penginapan atau hotel. Sebutan Yogyakarta sebagai kota pariwisata ini kemudian memunculkan fenomena akan banyaknya hotel yang didirikan di kota ini. Dikutip dari artikel Berita Jogja, Staff Sub Bagian Program Dinas Pariwisata Jogjakarta menyatakan bahwa hingga April 2015 terdapat 575 hotel di Jogjakarta yang tersebar di empat Kabupaten/Kota. Dari 575 hotel, 54 merupakan hotel berbintang sedangkan 521 non bintang ([www.beritajogja.co.id](http://www.beritajogja.co.id)). Hotel Grand Tjokro Yogyakarta merupakan salah satu dari hotel berbintang yang turut meramaikan pariwisata kota Yogyakarta. Hotel yang berada di bawah naungan KAGUM Hotels (salah satu perusahaan manajemen perhotelan berbasis di Indonesia) ini berlokasi di Jalan Gejayan ini resmi beroperasi mulai bulan Maret 2013 lalu. Hotel berbintang empat ini memiliki 107

kamar yang terbagi dalam 3 tipe kamar berbeda, dilengkapi juga dengan Tjokro Restoran, Batik Lounge, kolam renang, dan ruang pertemuan berkapasitas 10-700 orang ([www.jakartajive.com](http://www.jakartajive.com)).

Dengan meraih klasifikasi hotel bintang empat dari PT. Sucofindo selaku LSU dari Komisi Otorisasi Kemenparkraf, Grand Tjokro Yogyakarta berkomitmen untuk memberikan pengalaman bintang lima dengan menyuguhkan pelayanan terbaik, hingga mendapatkan predikat sebagai hotel favorit. Apresiasi tersebut tentunya didapatkan dengan kerja keras dari seluruh manajemen Grand Tjokro Yogyakarta, tidak terkecuali pada divisi *Public Relations*.

*Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program untuk meraih pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publiknya (Cutlip, Center, Broom dalam Ruslan, 2005: 6). Seorang *Public Relations* memiliki peran sebagai penghubung antara organisasi yang diwakilinya, membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publiknya, sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi, dan berupaya membangun citra positif bagi organisasinya. Dalam menjalankan perannya tersebut seorang *Public Relations* melakukan beragam aktivitas, seperti melakukan *press gathering*, *corporate social responsibility*, kampanye, *customer relations* dengan memberikan program tertentu kepada pelanggannya, *employee gathering*, *monitoring competitor*,

kunjungan kerja kepada rekanan organisasi, *talk show*, membuat poster, brosur, dan media internal organisasi.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimanakah aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternal?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternal.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Akademis**

Memberi kontribusi dalam bidang Ilmu Komunikasi dan *Public Relations*, terutama dalam ruang lingkup perhotelan bintang empat. Menjelaskan peran seorang *Public Relations* dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternalnya.

### **2. Praktis**

Dapat memberikan masukan dan kontribusi bagi perusahaan untuk dijadikan sebagai referensi dalam menjalankan aktivitas *Public Relations* terutama dalam menjalin hubungan dengan public eksternal

yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap kelangsungan dari Grand Tjokro Hotels Indonesia yang berpusat di Yogyakarta.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Definisi *Public Relations***

Menurut Frank Jefkins (2004: 10), *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. *Public Relations* (PR) merupakan bagian terpenting dari komunikasi yang bertujuan memperkenalkan dan mengangkat citra positif organisasi atau perusahaan tertentu secara internal atau eksternal.

Secara umum, *Public Relations* dapat disimpulkan sebagai “jembatan komunikasi” organisasi atau perusahaan dalam hal mengadakan hubungan timbal balik dengan khalayaknya, baik pihak luar dan dalam perusahaan. Jadi, *Public Relations* tidak sekedar menyampaikan informasi dari perusahaan kepada publik, tetapi juga mengumpulkan informasi dari publik kepada perusahaan. Informasi yang ada dan berkembang di publik merupakan opini publik sebagai timbal balik dari informasi yang diberikan oleh perusahaan. *Public Relations* juga berfungsi sebagai sumber informasi bagi publik di dalam perusahaan.

Menurut Effendy (2006: 107) publik sasaran dari kegiatan humas terbagi menjadi dua jenis kelompok besar, yakni publik intern dan publik ekstern. Penjelasanannya adalah sebagai berikut :

a. Hubungan dengan Publik Intern

Publik intern sebagai sasaran humas terdiri atas orang-orang yang bergiat di dalam organisasi dan yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu.

- 1) Hubungan Karyawan (*Employee Relations*)
- 2) Hubungan Pemegang Saham (*Stockholder Relations*)

b. Hubungan dengan Publik Ekstern

Publik ekstern sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang atau anggota-anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga ada kaitannya dengan organisasi.

- 1) Hubungan Komunitas (*Community Relations*)
- 2) Hubungan Pelanggan (*Customer Relations*)
- 3) Hubungan Media dan Pers (*Media & Press Relations*)
- 4) Hubungan Pemerintah (*Government Relations*)

## **2. Aktivitas *Public Relations* di Hotel**

Menurut Tioris (2014), aktivitas *Public Relations* di Eastparc Hotel Yogyakarta ialah sebagai berikut:



a. *Monitoring Media*

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kompetitor, kebijakan-kebijakan pemerintah, dan perkembangan publik.

b. Mengikuti *Morning Briefing*

*Public Relations* harus mengikuti *morning briefing* di departemen *Sales & Marketing* bersama dengan *General Manager*, kemudian juga mengikuti *morning briefing head of department* untuk mengetahui perkembangan dan kebijakan-kebijakan yang berlaku di perusahaan.

c. Melakukan Publikasi

Membangun reputasi dan melakukan promosi mengenai program-program dan kegiatan yang dilakukan hotel melalui pemasangan iklan di jalan, media cetak, *Facebook*, *Twitter*, *Website*.

d. Membuat *Media Release*

Memberikan publikasi kepada publik eksternal melalui media cetak maupun *online* dengan mengirimkan *media release* kepada rekanan relasi media. *Media release* ini bisa berisikan promosi program terbaru hotel, kegiatan internal, hingga program CSR yang dilakukan pihak hotel.

e. Menjalinkan hubungan dengan pihak eksternal (*lobbying*)

Membuat program-program yang bertujuan untuk membangun dan menjalin hubungan baik dengan tamu hotel/pelanggan,

pengusaha lokal dan luar Yogyakarta, rekan-rekan jurnalis, dan juga pemerintah.

f. *Monitoring Email*

g. Membuat desain kebutuhan hotel

*Public Relations* bertugas membuat desain untuk seluruh kebutuhan hotel, mulai dari identitas hingga promosi, seperti banner, baliho, *website*, *backdrop event*, desain *sales kit*, *name card*, data perusahaan, *merchandise*.

h. Menjalin hubungan dengan publik internal.

### 3. Hotel

Hotel adalah perusahaan jasa yang menyediakan tempat atau sarana istirahat untuk sementara waktu bagi tamunya serta fasilitas pendukung lainnya. Dalam Surat Keputusan Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel, Bab I Pasal 1 Ayat (b) dalam SK (Surat Keputusan) tersebut menyebutkan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Pengertian hotel menurut *Hotel Proprietors Act 1956* dalam (Sulastiyono, 1999: 5) hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan

mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.



## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Sejarah Umum Grand Tjokro Yogyakarta

Grand Tjokro Yogyakarta adalah salah satu hotel yang tergabung dalam manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia (GTHI), dan berperan sebagai *corporate office* dari GTHI. Grand Tjokro Hotels Indonesia terbentuk sejak Mei 2015 setelah beberapa hotel Grand Tjokro berhasil keluar dari manajemen KAGUM Grup. Semenjak berdiri sendiri Bapak Hidayat Tjokro selaku pemilik Grand Tjokro Totels Indonesia, Ibu Asteria T. Hesty selaku *Director of Operations* Grand Tjokro Hotels Indonesia, bersama dengan *General Manager* Grand Tjokro Yogyakarta Joko S Widiyanto, *General Manager* Grand Tjokro Klaten Irene Indri Dewi, *General Manager* Grand Tjokro Pekanbaru Sutan P Lubis, *General Manager* Grand Tjokro Jakarta Cita Hepiningtias, bersama-sama membangun manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia. GTHI berdiri dengan tujuan meningkatkan daya tarik pariwisata perhotelan Indonesia dengan konsep keramahan Indonesia yang terkenal di seluruh dunia (Wawancara HRD, 5 April 2016).

Grand Tjokro Yogyakarta sudah menerima tamu (*soft opening*) dari tanggal 8 Maret 2013, dan *grand opening* pada tanggal 23 Maret 2013 dengan karyawan berjumlah 90 orang. Nama Grand Tjokro dipilih sesuai dengan nama pemilik yaitu Bapak Hidayat Tjokro. Grand Tjokro menggabungkan keunikan dari gaya *modern* Indonesia dan ciri khas kebudayaan adat Jawa, khususnya Yogyakarta. Konsep ini diharapkan dapat menimbulkan suasana yang nyaman dan kenangan indah yang tidak terlupakan bagi para tamu

selama berada di Yogyakarta. Sejak awal berdiri, Grand Tjokro Yogyakarta bernaung di bawah manajemen KAGUM Grup, hal ini dikarenakan masih rendahnya pengalaman dari pemilik dalam bisnis perhotelan. Hingga pada Mei 2015, Grand Tjokro Hotels Indonesia berdiri sebagai sebuah korporasi perhotelan yang dimiliki oleh Bapak Hidayat Tjokro.

## **B. Visi dan Misi Grand Tjokro Hotels Indonesia**

### **1. Visi**

- a. Menjadi Hotel Bintang Empat Terbaik di kota yang memberikan Pengalaman Hotel Bintang Lima kepada Tamu.
- b. Menjadi *market leader* di Yogyakarta.
- c. Melaksanakan program 3H (*Happy Guest, Happy Share Holder/Owner, Happy Staff*).

### **2. Misi**

- a. Memberikan Pengalaman Hotel Bintang Lima kepada Tamu:
  - 1) Karyawan yang Ramah dan Sopan.
  - 2) Program Loyal yang Menakjubkan, seperti kejutan Ulang Tahun, pelayanan VIP, pelayanan khusus Bulan Madu, dan TJ's Friend Point Reward
  - 3) Memberikan Sambutan Hangat dengan sambutan khas dari seluruh karyawan untuk membuat tamu merasakan suasana '*home sweet home*'.

- 4) Menyediakan ruangan yang Bersih dan fasilitas yang lengkap dan nyaman.
- 5) Menyajikan Sarapan yang Mengagumkan, Variasi Menu yang Banyak, Rasa yang Nikmat, Harga yang Terjangkau, dan Pelayanan Terbaik di *Restaurant*.
- 6) Fasilitas Hotel yang Lengkap dan Bersaing: WiFi gratis dan cepat, ruang Karaoke, *Sky Lounge*, *Spa*, *Fitness Center*, *Business Center*, Pelayanan *Restaurant* dan Ruangan 24 jam.

b. Menjadi *Market Leader*

Dengan melaksanakan Strategi *Sales and Marketing* Terbaik, Harga Yang Bersaing, berdedikasi, agresif, dan *Sales* yang Berkualitas.

c. Mewujudkan 3H

1) *Happy Share Holder (Owner)*

Memaksimalkan pendapatan, pengaturan yang baik pada sistem keuangan dan memaksimalkan GOP untuk kepuasan *owner*.

2) *Happy Staff*

Memberikan Program Penghargaan Karyawan seperti hadiah untuk karyawan terbaik tiap bulan, Kejutan Ulang Tahun, Aktivitas Sosial dan Olahraga Bersama, Pengembangan dan Dukungan Karyawan dalam rangka menumbuhkan dan meningkatkan kepuasan seluruh karyawan.

3) *Happy Guest*

Dengan memberikan Pengalaman Hotel Bintang Lima kepada Tamu untuk meningkatkan kepuasan tamu.

### C. Logo



*Sumber: dokumen perusahaan, 2016*

Gambar 2.1  
Logo Grand Tjokro Hotels Indonesia

Grand Tjokro menggunakan logo batik berwarna ungu yang diartikan Grand Tjokro memiliki nilai budaya khas keindahan dan kebangsawanan Indonesia. Warna ungu memiliki makna kelembutan, kebijaksanaan, dan damai. Di dalam logo juga disertakan tulisan “Grand Tjokro” yang mencantumkan nama pemilik, yaitu Bapak Hidayat Tjokro sebagai identitas dari perusahaan. Warna coklat dipilih pada tulisan “Grand Tjokro” untuk menampilkan kesan hangat, nyaman, dan aman seperti warna bumi. Logo ini dipilih sesuai dengan visi misi Grand Tjokro untuk memberikan kenyamanan pada para tamunya dengan pelayanan yang ramah dan lembut layaknya kaum bangsawan pada zaman kerajaan dahulu.



*Sumber: dokumen perusahaan, 2016*

Gambar 2.2  
Logo Grand Tjokro Yogyakarta

Pada logo Grand Tjokro Yogyakarta mencantumkan nama kota “Yogyakarta” sebagai keterangan lokasi hotel Grand Tjokro. Seluruh hotel yang tergabung dalam Grand Tjokro Hotels Indonesia mencantumkan nama kota tempat lokasinya masing-masing sebagai keterangan lokasi.

#### **D. Lokasi Grand Tjokro Yogyakarta**

Hotel Grand Tjokro Yogyakarta terletak di Jalan Gejayan No. 37, Catur Tunggal, Yogyakarta, telp. (0274) 6429100, fax. (0274) 6429111, website [www.grandtjokro.com/yogyakarta](http://www.grandtjokro.com/yogyakarta). Lokasi Grand Tjokro Yogyakarta sangat strategis dan kawasan bisnis yang berdekatan dengan beberapa universitas ternama, tempat pariwisata, dan fasilitas umum kota Yogyakarta. Lokasi yang strategis dengan akses transportasi yang sangat mudah ini menjadi daya tarik utama bagi tamu domestik maupun mancanegara untuk menjatuhkan pilihannya menginap di hotel ini.

#### **E. Struktur Organisasi**

Sebuah organisasi atau perusahaan harus memiliki struktur organisasi yang berfungsi untuk memudahkan karyawan dalam bertugas dan memahami perannya masing-masing akan organisasi. Grand Tjokro Yogyakarta memiliki struktur organisasi inti sebagai berikut.



**Bagan 2.1**  
**Struktur Organisasi Grand Tjokro Yogyakarta**



Sumber : dokumen perusahaan, 2016

Struktur organisasi di atas menunjukkan kedudukan tertinggi adalah *Director of Operation* yang memiliki tugas untuk bertanggung jawab dan

menjalankan seluruh hotel yang ada dalam manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia. *Director of Operations* memiliki fungsi untuk mengambil keputusan atas kebijakan Grand Tjokro Hotels Indonesia yang kemudian diturunkan kepada *General Manager* untuk diterapkan di seluruh Grand Tjokro Hotels Indonesia.

*General Manager* ialah pemegang kekuasaan tertinggi di dalam operasional masing-masing hotel Grand Tjokro. *General Manager* bertugas untuk menjalankan dan bertanggung jawab atas hotel Grand Tjokro yang dipimpinnya, selain itu juga menjadi penyalur atas kebijakan dan keputusan yang dikeluarkan oleh *Director of Operations*. Kebijakan-kebijakan meliputi karyawan, tamu, dan kerja sama dengan *corporate*. *General Manager* berwenang untuk menentukan kerja sama yang terjalin antara Grand Tjokro Yogyakarta dengan *corporate*, harga khusus untuk *corporate*, dan menyetujui segala macam program promosi yang dikeluarkan Grand Tjokro Yogyakarta.

*Executive Secretary* berada di leher dari struktur organisai berfungsi untuk membantu tugas General Manager yang mengepalai 7 divisi, yaitu *Sales & Marketing, Accounting, Human Resources, Food & Beverages, Executive Chef, Area Training, dan Room Division Manager*. Setiap divisi tersebut memiliki kepala divisi yang bertanggung jawab langsung kepada *General Manager*, *Executive Secretary* berfungsi untuk mengkoordinasi dan mendistribusikan informasi dan dokumen yang akan disampaikan oleh *General Manager*, dan juga sebaliknya semua informasi dan dokumen yang akan disampaikan kepada *General Manager* harus melalui *Executive Secretary* terlebih dahulu.

*Area Director of Sales Marketing* adalah pimpinan dari divisi *Sales & Marketing* yang mengatur 3 hotel dalam 1 regional, yaitu Grand Tjokro Yogyakarta, Grand Tjokro Klaten, dan Tjokro Style. Tugasnya mengkoordinir seluruh *sales* dalam melaksanakan tugasnya dan membantu untuk mencapai target penjualan dengan strategi *marketing* tertentu sesuai dengan lokasinya. *Public Relations Executive* berada di bawah pengawasan dan tanggung jawab dari *Area Director of Sales Marketing*, khususnya pada kegiatan promosi, seperti *update* sosial media, desain *banner*, desain brosur, *press release*, dan *talk show*.

Divisi *Accounting* dipimpin oleh *Corporate Finance Controller*, yang bertugas memeriksa keuangan yang masuk dan keluar. Seluruh pengeluaran harus mendapatkan persetujuan dari *Corporate Finance Controller*. *Public Relations Executive* berhubungan dekat dengan *Corporate Finance Controller*, karena segala bentuk kerja sama dan/atau perjanjian yang berhubungan dengan media harus mendapat persetujuan dari divisi *Accounting*. Seluruh tagihan pembayaran yang ditujukan kepada *Public Relations Executive* yang berhubungan media akan diurus secara langsung oleh divisi *Accounting*.

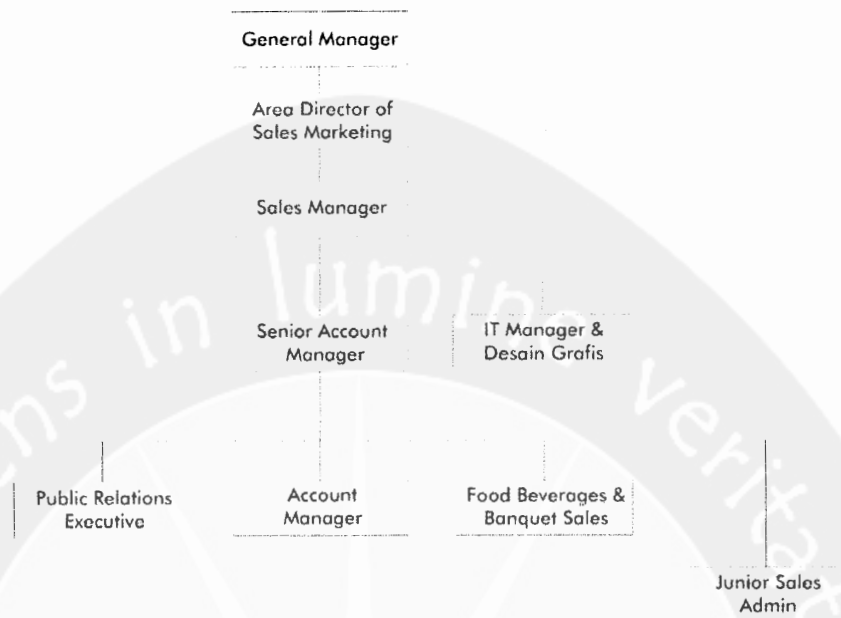
Divisi *Human Resource* dipimpin oleh *Human Resource Manager* (HRM) yang dibantu oleh staff *Human Resource Coordinator* (HR Coor). Divisi ini memiliki tugas untuk mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan karyawan, mulai dari penerimaan, pemutusan, kesehatan, hingga pada konsumsi karyawan pada jam kerja. HRM berfokus pada melakukan perencanaan-perencanaan mengenai program untuk karyawan dan juga menjadi

penghubung antara seluruh karyawan kepada pihak manajemen. Sedangkan HR *Coor.* tugasnya ialah mengumpulkan seluruh data mengenai karyawan dan mengelolanya, dan kemudian diserahkan kepada HRM. Divisi *Human Resources* juga bertugas mengatur divisi *Security*, di mana divisi *Security* dari Grand Tjokro Yogyakarta ialah berisikan karyawan-karyawan *outsourcing*.

*Food & Beverage (FB) Manager* memimpin divisi *Food & Beverage* yang terdiri dari *FB Service*, RHeNEO Karaoke, dan *Banquette*. *FB Manager* memiliki tugas untuk mengatur dan menyiapkan *event* yang akan dilaksanakan di hotel, baik meliputi makanan, minuman, tempat, hingga peralatan yang akan digunakan pada saat *event* dilaksanakan. *FB Manager* juga mengawasi dan bertanggung jawab atas kelancaran *event* yang sedang dilaksanakan, seperti menyiapkan *coffee break*, *gimmick*, *breakfast*, *lunch*, dan *dinner*. Seluruh peralatan yang digunakan pada saat pelaksanaan *event*, seperti meja, kursi, peralatan makan, LCD proyektor, *flipchart*, dsb ialah menjadi tanggung jawab dari *Banquette* dan seluruh divisi *Food & Beverages*.

*Room Division Manager (RDM)* merupakan pimpinan tertinggi yang mengatur *Front Office*, *House Keeping* dan *Engineering*. RDM bertugas untuk mengawasi secara langsung ruangan-ruangan beserta fasilitas yang tersedia di dalam hotel. RDM akan membantu divisi *Front Office* untuk menyiapkan ruangan kamar yang siap digunakan tamu. Pada divisi *House Keeping*, RDM berperan untuk membantu informasi mengenai data ruang kamar yang akan dibenahi setelah digunakan tamu. RDM bersama dengan divisi *Engineering* mengawasi dan merawat seluruh fasilitas yang tersedia di hotel.

**Bagan 2.2**  
**Struktur Divisi Sales & Marketing Grand Tjokro Yogyakarta.**



*Sumber: dokumen perusahaan, 2016*

*Area Director of Sales Marketing* (Area DOSM) berperan sebagai DOSM area Jawa Tengah yang mengatur 3 hotel, yaitu Grand Tjokro Yogyakarta, Grand Tjokro Klaten, dan Tjokro Style. Tugasnya mengatur strategi promosi dan bertanggung jawab untuk mengawasi tugas dan kinerja *Sales Marketing*. DOSM memiliki hak untuk mengambil keputusan dan menjadi penghubung komunikasi antara *Sales Marketing* dan *General Manager*. Fokus utama dari DOSM ialah mempertahankan bisnis perhotelan Grand Tjokro dengan cara mengembangkan *marketing* perusahaan melalui berbagai bentuk promosi.

*Sales Manager* bertugas membantu DOSM mengawasi *Sales Marketing* secara khusus di Grand Tjokro Yogyakarta. *Sales Manager* berfokus untuk membantu *sales* menjual produk-produk hotel dengan berbagai strategi komunikasi dan promosi. *Sales Manager* memimpin *Senior Account*

*Manager, IT Manager & Desain Grafis, Public Relations Executive, Account Manager, Food Beverages & Banquet Sales, dan Junior Sales Admin. Sales Manager* secara langsung bertanggung jawab atas seluruh desain promosi yang dikerjakan oleh *IT Manager & Desain Grafis*.

*Senior Account Manager* memimpin *Public Relations Executive, Account Manager, Food Beverages & Banquet Sales, dan Junior Sales Admin. Senior Account Manager* berperan sebagai wakil dari *Sales Manager* dan memiliki tugas untuk mengatur seluruh *sales* agar tetap kompak dan saling mendukung. *Senior Account Manager* dan seluruh *sales* bertugas membuat program promosi seperti *sales blitz, afternoon surprise, dan morning surprise*.

*Public Relations Executive (PRE)* berada dalam divisi *Sales & Marketing*, *PRE* berperan sebagai jembatan komunikasi dengan publik eksternal, yaitu media. *PRE* ikut mengkomunikasikan seluruh kegiatan dan promosi Grand Tjokro Yogyakarta melalui media dengan berbagai cara, yaitu *press release, advertorial, iklan, dan talk show*. *PRE* juga memegang tugas dalam membantu menyiapkan desain brosur, *banner, round tag, dan poster* yang mendukung promosi *Sales & Marketing*.

## **F. Fasilitas**

Grand Tjokro Yogyakarta merupakan hotel bintang empat dengan bangunan 11 lantai. Banyak sekali fasilitas yang dapat dinikmati oleh tamu, mulai dari 4 tipe kamar dengan ukuran berbeda-beda, ruang *meeting* dan *Ballroom*, kolam renang, *free Wi-Fi, fitness center, business center, restoran, RHeNEO Karaoke, airport transfer, laundry dan spa*.

Grand Tjokro Yogyakarta memiliki 107 ruang dengan fasilitas kamar meliputi tempat tidur *single* ataupun *double*, sprei dan selimut sesuai standar hotel bintang 4, kamar mandi dengan air panas dan air dingin, pengering rambut, *mini bar*, brankas, LCD TV, AC, dan pemanas air minum. Tersedia juga ruang kamar *smoking* di lantai 5 untuk tamu yang merokok agar tidak mengganggu kenyamanan tamu lainnya. Terdapat 4 tipe kamar dengan ukuran yang berbeda, yaitu:

Tabel 2.1  
Tipe Kamar Grand Tjokro Yogyakarta

Room Type	Size	Queen	King	Total
Superior	22 m	44	27	71
Deluxe	25 m	5	20	25
Deluxe Executive	30 m	-	6	6
Junior Suite	32 m	-	5	5

Sumber: dokumen perusahaan, 2016

Grand Tjokro Yogyakarta memiliki 10 ruang *meeting* dan 1 *ballroom* yang diberi nama dengan nama-nama candi yang di Indonesia. *Ballroom* merupakan ruang *meeting* dengan ukuran dan kapasitas yang paling besar, sesuai dengan namanya yaitu Borobudur yang merupakan candi terbesar di Indonesia. Sedangkan ruang *meeting* lainnya diberikan nama candi lainnya, antara lain Prambanan, Sewu, Mendut, Kalasan, Gebang, dan Gedong. Berikut klasifikasi ruang *meeting* yang ada di Grand Tjokro Yogyakarta:

Tabel 2.2  
Klasifikasi Ruang *Meeting* Grand Tjokro Yogyakarta

Yahwi	Dimensi (M)	Standing Style	Theater Style	Class Room	U-Shape	Round Table
Borobudur	23.5x19x8	88000	700	400	104	300
Prambanan 1	9x6.5x3	80	65	40	40	40
Prambanan 2	6.2x6.5x3	60	37	32	15	40
Prambanan 3	6.3x6.5x3	60	37	32	15	40
Prambanan 2 & 3	21.5x6.5x3	130	80	65	45	80
Mendut	8.5x7.5x3	70	55	48	26	40
Kalasan	5.8x6.2x3	55	50	32	22	40
Sewu	11.5x6x3	90	80	54	39	50
Plaosan	5.8x6x3	55	50	32	33	40
Gebang	4.8x6.5x3	40	30	24	22	40
Gedong	3.9x7x3	55	48	32	27	30

Sumber: dokumen perusahaan, 2016



## BAB III

### HASIL DAN ANALISIS DATA

#### A. Temuan Data

##### 1. Konsep *Public Relations* di Grand Tjokro Hotels Indonesia

Setiap organisasi memiliki pemahaman yang berbeda-beda akan *public relations*, tidak terkecuali pada organisasi *profit* yang bergerak pada bidang perhotelan. Pemahaman akan *Public Relations* ini berpengaruh pada metode komunikasi yang digunakan organisasi untuk menjembatani komunikasi untuk mewujudkan hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya, baik publik internal maupun eksternal.

Grand Tjokro Hotels Indonesia (GTHI) ialah sebuah organisasi yang bergerak di bidang perhotelan. Posisi *Public Relations* berada di dalam divisi *Sales & Marketing* dan berfokus pada kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan publik eksternal dari GTHI, sedangkan untuk hubungan dengan publik internal ialah menjadi fokus dari divisi *Human Resources*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Fabiola Carla PS selaku *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta (GTJ), tugas utama dari *Public Relations* adalah menjalin hubungan baik dengan mitra dari GTJ, seperti jurnalis, radio, dll., membuat program-program yang mendukung kegiatan *marketing* Grand Tjokro Yogyakarta, dan menjalin komunikasi dua arah yang baik dengan seluruh masyarakat untuk membangun kesepahaman dan kepercayaan.

*Public Relations Executive* GTY menjalankan tugasnya ini tidak sendirian, melainkan juga bekerja sama dengan *staff Sales & Marketing, Food & Beverages, Human Resource*, dan juga media massa untuk mensosialisasikan informasi-informasi terkait perusahaan, baik berupa kegiatan yang akan atau sudah dilaksanakan atau promosi produk hotel. Kegiatan *Public Relations Executive* GTY lebih berfokus pada publik eksternal, terutama media massa, meskipun dalam melaksanakan tugasnya, *Public Relations Executive* GTY juga berhubungan dengan publik eksternal lainnya, seperti pelanggan dan pemerintah.

## **2. Aktivitas *Public Relations* di Grand Tjokro Hotels Indonesia**

Beberapa aktivitas *Public Relations* yang dilakukan oleh Grand Tjokro Yogyakarta di bawah divisi *Sales & Marketing* juga ada yang berhubungan dengan aktivitas *marketing*. Berikut aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta secara keseluruhan meliputi :

### **a. *Monitoring email* dan Kliping Media**

*Monitoring email* dilakukan secara rutin di pagi hari, hal ini bertujuan untuk memeriksa informasi-informasi yang masuk mengenai internal organisasi maupun hubungan dengan pihak eksternal. *Monitoring media* adalah aktivitas rutin yang dilakukan oleh *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta, dan menghasilkan kliping dari berita-berita yang berisikan informasi terkait perusahaan yang meliputi kegiatan yang dilakukan, promosi produk, dan iklan. Kliping media ini juga memuat informasi-informasi mengenai hotel

lain yang menjadi kompetitor Grand Tjokro Yogyakarta, seperti Sahid Rich Jogja, Horison Ultima Riss, Neo+ Awana, Jogja Plaza Hotel, Indoluxe, Jayakarta, Crystal Lotus, The 101 Tugu, Atrium Premiere, Merapi Merbabu, Eastparc, Harper, Grand Zuri, dan lain-lain. Kliping ini menjadi bahan analisis dalam menentukan strategi promosi yang akan dilakukan oleh divisi *Sales & Marketing* Grand Tjokro Yogyakarta. Selain itu, informasi-informasi seputar kebijakan mengenai perhotelan dan pariwisata di kota Yogyakarta dan nasional, dan acara-acara seputar kota Yogyakarta juga dimuat dalam kliping, sehingga perusahaan dapat mengetahui tentang kebijakan pemerintah dan juga kondisi pariwisata nasional, khususnya Yogyakarta.

Kliping media akan diserahkan kepada *general manager* setiap selambatnya satu minggu sekali, setelah *morning briefing head of department* untuk dievaluasi. Dan kemudian *general manager* akan membahas beberapa informasi penting dari kliping media tersebut di *morning briefing head of department*.

b. *Press Release*

*Press release* ialah salah satu cara perusahaan untuk menyampaikan informasi terbaru mengenai perusahaan secara tertulis melalui media cetak dan *online* kepada publik. Informasi yang dimuat dalam *press release* meliputi acara-acara yang dilakukan oleh perusahaan, produk, penghargaan dan/atau prestasi yang dicapai, dan juga promo-promo terbaru.

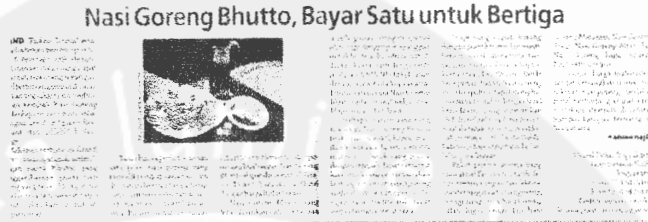
Sebelum membuat *press release* biasanya *Public Relations Executive* akan melakukan wawancara terstruktur kepada narasumber, seperti *general manager, head of department*, atau pun orang-orang yang berkepentingan dalam informasi yang akan dimuat dalam *press release* tersebut. Kemudian data dari hasil wawancara tersebut disusun menjadi sebuah *press release* lalu dibagikan kepada rekan jurnalis media melalui e-mail. *Press release* harus dikirim selambatnya satu hari sebelum atau sesudah acara dilaksanakan, dan untuk promosi produk selambatnya pada saat promo diluncurkan atau dimulai. Setelah mengirimkan *e-mail* berisi *press release*, *Public Relations Executive* akan menghubungi rekan jurnalis melalui sms atau WhatsApp untuk mengkonfirmasi bahwa *e-mail* telah dikirim.

Contoh *press release* yang dibuat oleh Mba Carla, selaku *Public Relations Executive* membahas tentang promo *Food & Beverages* bulan Februari 2016 'Nasi Bhutto' yang diterbitkan oleh Kedaulatan dan Kedaulatan Rakyat sepanjang bulan Februari. Promo ini memberikan penawaran menarik dengan memesan 'Nasi Bhutto', pelanggan akan dapat menikmati nasi goreng dengan porsi untuk 3 orang, minuman, dan juga sajian buah sebagai pencuci mulut. Selain itu, promo ini juga menawarkan kompetisi 'Bhutto Battle', yaitu setelah menyantap sajian 'Nasi Bhutto', pelanggan yang merasa kurang kenyang dapat memesan kembali 'Nasi Bhutto' secara gratis dengan syarat harus menghabiskan sajian 'Nasi Bhutto' dengan level pedas yang ditentukan *chef* dalam waktu 5 menit dan sendirian saja.

Apabila pelanggan tidak berhasil, maka pelanggan harus membayar tagihan 'Nasi Bhutto' tersebut dengan potongan harga 50%.

Gambar 3.1

Release 'Nasi Bhutto' Grand Tjokro Yogyakarta

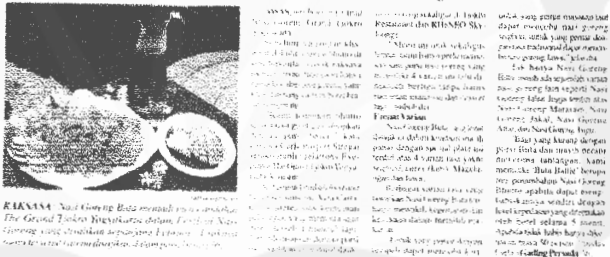


Sumber: Koran Sindo, 10 Februari 2016.

Gambar 3.2

Release 'Nasi Bhutto' Grand Tjokro Yogyakarta

Ada Buta di Festival Nasi Goreng Grand Tjokro



Sumber: Kedaulatan Rakyat, 17 Februari 2016.

Gambar 3.3

Release Promo 'Nasi Bhutto' Grand Tjokro Yogyakarta

Grand Tjokro Yogyakarta  
Nasi Bhutto



GRAND Tjokro Yogyakarta, menghadirkan kembali promo food & beverage unik dengan porsi menakutkan yang dapat dinikmati 3 orang sekaligus. Hotel berbintang empat di Jalan Gojayan Yogyakarta ini, meluncurkan kembali Nasi Goreng Bhutto. Nasi Goreng Bhutto dapat dinikmati di Grand Tjokro Yogyakarta Hotel dengan harga Rp 100.000 ++. Bagi yang masih kurang dengan porsi Bhutto dan masih berani untuk menonima tantangannya, Grand Tjokro Yogyakarta memiliki 'Bhutto Battle' berupa tawaran penambahan Nasi Goreng Bhutto apabila dapat menghabiskannya sendiri dengan level kepedasan yang ditentukan. Informasi telp 081296334123.

Sumber: Kedaulatan Rakyat, 27 Februari 2016.

c. *Media Visit*

Media visit merupakan kunjungan dari perwakilan Grand Tjokro Yogyakarta, biasanya dilakukan oleh *area director of sales & marketing* atau *area director of sales & marketing*, Edwin dan *Public Relations Executive*, Mba Carla ke kantor media. Grand Tjokro Yogyakarta melakukan kegiatan ini dengan tujuan menjalin hubungan baik yang telah dibangun melalui kerja sama dengan rekan media, baik media cetak, *online*, maupun audio. Setidaknya, secara rutin Grand Tjokro Yogyakarta akan mengunjungi dua kantor media. Kegiatan ini juga berguna untuk saling berbagi informasi dengan rekan media mengenai isu pariwisata maupun kasus-kasus yang hangat dibicarakan publik.

Hari Pers Nasional diperingati ada tanggal 9 Februari 2016. Grand Tjokro Hotels Indonesia memiliki kegiatan *Public Relations* yaitu *Media Visit*. Oleh karena itu, berkenaan dengan diperingatinya hari Pers Nasional, Grand Tjokro Yogyakarta bersama dengan Tjokro Style melakukan *media visit* bersama-sama pada tanggal 12 Februari 2016. Pertama-tama mereka mengunjungi kantor Bernas, dan kemudian ke kantor Harian Jogja. Kegiatan ini berlangsung cukup singkat mengingat waktu yang disediakan dari masing-masing kantor tersebut juga cukup singkat. Setelah itu, PRE Grand Tjokro Yogyakarta, Mba Carla bersama dengan PRE Tjokro Style, Danu mengunjungi kantor radio Rakosa dengan kegiatan kunjungan rutin

untuk berbagi informasi dan juga merencanakan program kerja sama antara Grand Tjokro Yogyakarta dan Tjokro Style dengan Rakosa FM.

Gambar 3.4

*Media Visit* Grand Tjokro Yogyakarta ke Bernas



*Sumber: dokumen perusahaan, 12 Februari 2016.*

Gambar 3.5

*Media Visit* Grand Tjokro Yogyakarta ke Harian Jogja



*Sumber: dokumen perusahaan, 12 Februari 2016.*

Gambar 3.6

*Media Visit* Grand Tjokro Yogyakarta ke Rakosa FM



*Sumber: dokumen perusahaan, 12 Februari 2016.*

d. *Media Gathering*

Grand Tjokro Yogyakarta mengajak seluruh rekan media untuk berkumpul bersama dalam periode waktu tertentu dalam acara *media gathering*. Kegiatan ini merupakan salah satu cara Grand Tjokro Yogyakarta untuk menjalin hubungan yang lebih baik dan akrab dengan seluruh rekan media dengan tujuan mendapatkan dampak yang positif bagi citra dan reputasi perusahaan di mata media dan publik.

Gambar 3.7

*Media & Travel Agent Gathering Grand Tjokro Yogyakarta*



Sumber: dokumen perusahaan, 5 Maret 2016.

Bertepatan dengan perayaan HUT Grand Tjokro Yogyakarta yang ke-3, Grand Tjokro Yogyakarta menggelar acara *Media & Travel Agent Gathering* bertajuk 'Gayeng Bareng Tjokroers'. Acara ini diselenggarakan pada tanggal 5 dan 6 Maret 2016. Acara ini diselenggarakan oleh 3 hotel di bawah manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia, yaitu Grand Tjokro Yogyakarta, Grand Tjokro Klaten, dan Tjokro Style. Grand Tjokro Klaten menjadi lokasi pertama dari acara ini, kegiatan yang dilakukan di Grand Tjokro Klaten yaitu pengenalan hotel beserta seluruh fasilitasnya, makan siang bersama dan dilanjutkan dengan aktivitas *Team Building* dengan beberapa permainan seru. Kemudian acara dilanjutkan di Tjokro Style dengan



kegiatan gala dinner dengan tema '*Pajamas Party*'. Sebagai acara penutup, pada tanggal 6 Maret 2016 diadakan acara Gayeng Zumba bertempat di RHeNEO *Skylounge*, lantai 11 Grand Tjokro Yogyakarta dan juga sarapan bersama di Tjokro *Restaurant*. Serangkaian acara '*Gayeng Bareng Tjokroers*' ini dilaksanakan dengan tujuan pengenalan property Grand Tjokro Hotels Indonesia yang berada di Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta dan juga untuk semakin mempererat hubungan kerja sama dengan Media dan *Travel Agent*.

e. Kerja sama Media (MoU)

*Public relations* membutuhkan kerja sama dengan media untuk mendukung kinerjanya dalam menyebarkan informasi mengenai perusahaan, baik bekerja sama dengan media cetak, *online* maupun *audio*. *Public relations* harus memperhatikan beberapa prinsip agar mencapai hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan dan media, mengingat keduanya membutuhkan profit. Kerja sama yang sering terjadi antara media dan Grand Tjokro Yogyakarta ialah iklan dan berlangganan media.

Media menawarkan kerja sama dengan mengirimkan proposal kepada *Public Relations Executive*, proposal ini berisikan penjelasan penawaran kerja sama antara media dan Grand Tjokro Yogyakarta. *Public Relations Executive* yang menerima proposal dari media kemudian akan memilih kembali proposal akan diajukan kepada *general manager* untuk disetujui. Jika proposal kerja sama tersebut disetujui *general manager*, kerja sama akan terjalin selama satu tahun

atau dapat diperpanjang sesuai kesepakatan kedua pihak, dan diresmikan secara tertulis dengan MoU. Berikut ialah kriteria media yang dipertimbangkan dalam menjalin kerja sama oleh Grand Tjokro Yogyakarta:

- 1) Rating media, hal ini menjadi penting sebagai pertimbangan dari banyaknya masyarakat yang mengonsumsinya.
- 2) Jumlah eksemplar, hal ini untuk mengukur banyaknya peminat media tersebut.
- 3) Jangkauan penyebaran media, hal ini untuk mengukur kredibilitas media tersebut.

f. *Talk Show* Radio

*Talk show* ialah kegiatan menyampaikan informasi dan terdapat tanya jawab antara pembawa acara dan narasumber. Kegiatan *talk show* ini dipilih Grand Tjokro Yogyakarta sebagai salah satu cara promosi melalui radio dan dilakukan rutin dua kali dalam satu minggu. Melalui *talk show* radio biasanya Grand Tjokro Yogyakarta mempromosikan promo terbaru.

Setiap bulan, Grand Tjokro Yogyakarta memiliki promo yang menarik dan berbeda-beda. *Talk show* merupakan salah satu media untuk menyampaikan promo tersebut kepada pelanggan yang mendengarkan radio. Seperti pada bulan Februari 2016, bertepatan dengan adanya hari Valentine pada 14 Februari, Grand Tjokro memilih untuk menghadirkan promo *Wedding Package* di bulan Februari 2016. Pada tanggal 2 Februari 2016, Grand Tjokro Yogyakarta memiliki

kesempatan untuk mengisi acara *talk show* di Radio Jogja Family. Mba Carla, selaku PRE dan Ayu, selaku *Banquet Sales* berperan sebagai narasumber dari Grand Tjokro Yogyakarta pada *Talk Show* dengan tema 'Hari Kasih Sayang' yang disiarkan oleh Indah pada pukul 16.00 WIB di Jogja Family. *Talk show* ini menyampaikan tentang hari kasih sayang dan juga promo menarik, yaitu harga *special* untuk 'Wedding Package' dengan beberapa bonusnya. Pada saat *talk show* berlangsung, penyiar menerima 2 orang penanya melalui saluran telepon untuk mengetahui informasi seputar promo 'Wedding Package', dan kemudian dijawab dengan sangat jelas oleh Ayu.

Gambar 3.8

*Talk Show* Grand Tjokro Yogyakarta di Radio Jogja Family



Sumber: dokumen perusahaan, 2 Februari 2016.

g. *Monitoring Promosi Hotel*

*Public Relations Executive* juga bertugas untuk mendukung kinerja divisi *sales & marketing* dengan mendukung proses promosi yang dilakukan Grand Tjokro Yogyakarta. Selain itu *Public Relations Executive* juga memiliki tugas *monitoring welcome banner* dan *street banner* yang terpasang di depan hotel, poster-poster, *x-banner*, dan *roll*

*banner* yang terpasang di beberapa sudut ruang hotel, dan *flyer* yang ada di *lobby* dan *Batik Lounge*. Berikut adalah contoh pemasangan poster promo yang benar dan tepat, hal terpenting ialah pemasangan yang rapi dan sesuai.

Gambar 3.9

Poster di Dinding Koridor Hotel Grand Tjokro Yogyakarta



Sumber: dokumen perusahaan, 22 Januari 2016.

#### h. *Birthday Greetings Card*

Grand Tjokro Yogyakarta memiliki program TJ's Friends yang merupakan daftar dari sejumlah orang-orang dari berbagai perusahaan yang pernah berhubungan dengan Grand Tjokro Yogyakarta. Di dalam daftar TJ's Friends itu terdapat informasi mengenai perusahaan, jabatan dan bidang mana yang mereka naungi, kontak yang bisa dihubungi, seperti nomor telepon kantor beserta terusnya, nomor seluler, dan *e-mail*, dan juga tanggal lahir mereka. Setiap bulannya, *Public Relations Executive* memiliki daftar TJ's Friends yang berulang tahun, dan Grand Tjokro Yogyakarta memiliki *Birthday Greetings Card* khusus untuk dikirimkan kepada TJ's Friends yang berulang

tahun melalui *e-mail*. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan menjalin hubungan baik dengan rekan-rekan TJ's Friends, sehingga memunculkan dampak positif pada Grand Tjokro Yogyakarta. Kegiatan ini biasa dilakukan rutin setiap pagi oleh *Public Relations Executive* sebelum *morning briefing sales & marketing* dimulai.

Gambar 3.10  
*Birthday Greetings Card* Grand Tjokro Yogyakarta



Sumber: dokumen perusahaan, Februari 2016.

#### i. *Birthday Surprised*

Selain memiliki daftar ulang tahun TJ's Friends, *Public Relations Executive* juga mengumpulkan data hari ulang tahun dari perusahaan dan organisasi yang berhubungan dengan Grand Tjokro Yogyakarta. Perwakilan dari Grand Tjokro Yogyakarta akan memberikan *Birthday Surprised* kepada perusahaan atau organisasi yang berulang tahun dengan membawa kue ulang tahun yang khusus dibuat oleh Chef Grand Tjokro Yogyakarta. Biasanya perwakilan dari Grand Tjokro Yogyakarta ialah dari divisi *sales & marketing*, bahkan bisa juga didampingi oleh *general manager*. *Public Relations*

*Executive* bertugas untuk mengingatkan hari ulang tahun dari organisasi yang berhubungan dengan Grand Tjokro Yogyakarta, dan juga bertanggung jawab penuh untuk menyiapkan permintaan kue ulang tahun kepada chef. Kue yang dibawa oleh perwakilan Grand Tjokro Yogyakarta ini kemudian langsung diserahkan kepada pimpinan ataupun *Public Relations* dari organisasi yang berulang tahun tersebut, lalu didokumentasikan dengan foto bersama pada saat penyerahan kue. Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat hubungan baik yang dimiliki oleh Grand Tjokro Yogyakarta dengan organisasi-organisasi yang berhubungan dengannya.

BCA menjadi mitra yang baik bagi Grand Tjokro Yogyakarta. Bertepatan dengan hari ulang tahun BCA yang ke-59, pada tanggal 22 Februari 2016 divisi *Sales & Marketing* Grand Tjokro Yogyakarta memberikan sebuah kue sebagai bingkisan *birthday surprise*. Kue ucapan ini diberikan oleh Mba Carla (PRE), Trisna (*Sales Manager*), dan Rara (*Senior Account Manager*), dan diterima oleh ibu Wulan, selaku HRD dari BCA KCU Yogyakarta.

Gambar 3.11

*Birthday Surprised* Grand Tjokro Yogyakarta untuk BCA



Sumber: dokumen perusahaan, 22 Februari 2016.

j. *Planning and Designing Promotion Tools and Greeting Card*

*Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta berhubungan erat dengan desain grafis. Desain grafis ini diperlukan untuk mendukung kinerjanya dalam membantu memasarkan produk dan promo yang dimiliki dan juga menjalin hubungan baik Grand Tjokro Yogyakarta dengan publiknya.

*Public Relations Executive* bekerja sama dengan *IT Manager & Desain Grafis* dalam merencanakan dan membuat desain dari alat-alat promosi *Sales & Marketing*, seperti *flyer, x-banner, roll banner, welcome banner, street banner, poster*, dan foto *blasting*, dan juga *greeting card* yang sering digunakan oleh *Public Relations Executive* dalam menjalankan tugasnya, bahkan beberapa desain untuk keperluan khusus Grand Tjokro Yogyakarta. Namun, *Public Relations Executive* juga tidak bisa selalu bergantung kepada *IT Manager & Desain Grafis*, sehingga *Public Relations Executive* juga harus bisa membuat sendiri desain-desain tersebut walaupun tanpa dibantu oleh *IT Manager & Desain Grafis*.

Banyak sekali hari-hari besar yang diperingati secara nasional maupun internasional, salah satunya hari Galungan dan Kuningan yang diperingati oleh masyarakat beragama Hindu. Hari besar ini menjadi penting bagi umat Hindu, dan Grand Tjokro Yogyakarta tentunya sangat peduli dan menghargai hari besar umat Hindu ini. *PRE* memiliki tanggung jawab penuh untuk memberikan ucapan simpati dari Grand Tjokro Yogyakarta kepada umat Hindu di Indonesia

melalui *Greeting Card*. Hari Galungan diperingati pada 10 Februari 2016, dan hari Kuningan pada 20 Februari 2016. Mba Carla tentunya harus menyiapkan sebuah desain *Greeting Card* Hari Galungan dan Kuningan Grand Tjokro Yogyakarta sebelum hari raya itu diperingati. Rancangan desain dibuat oleh Mba Carla, karena bertepatan dengan belum ada staff *IT Manager & Desain Grafis*. Berikut desain *Greeting Card* yang dibuat oleh Mba Carla.

Gambar 3.12

*Greeting Card* Hari Galungan dan Kuningan Grand Tjokro Yogyakarta



Sumber: dokumen perusahaan, 9 Februari 2016.

#### k. *Social Media Handling*

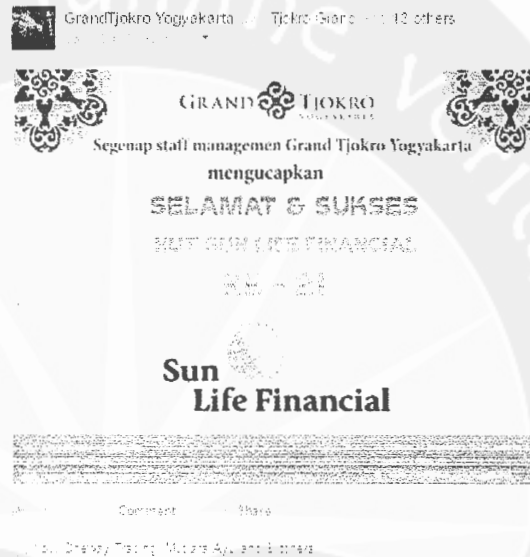
*Social media* ialah media komunikasi *online* yang banyak digunakan masyarakat pada saat ini. Grand Tjokro Yogyakarta memanfaatkan *social media* juga sebagai saluran komunikasinya kepada publik, khususnya pelanggan. Grand Tjokro Yogyakarta cukup aktif di *social media* Facebook, Twitter, dan Instagram. *Public Relations Executive* bertanggung jawab penuh atas semua informasi yang dimuat dalam *social media* Grand Tjokro Yogyakarta. Melalui *social media* ini, *Public Relations Executive* memberikan informasi mengenai promo terbaru dan juga seluruh kegiatan yang



diselenggarakan di Grand Tjokro Yogyakarta, dan juga menjadi saluran untuk mengkomunikasikan kegiatan *media visit*, *birthday surprise*, *greeting cards*, hingga acara internal, seperti *employee gathering*.

Gambar 3.13

### Tautan Facebook Grand Tjokro Yogyakarta



Sumber: dokumen perusahaan, 9 Mei 2016.

Gambar 3.14

### Tautan Twitter Grand Tjokro Yogyakarta



Sumber: dokumen perusahaan, 15 April 2016.

Gambar 3.15

Tautan *Instagram* Grand Tjokro Yogyakarta



Sumber: dokumen perusahaan, 15 April 2016.

1. Hubungan internal

Tidak hanya melakukan hubungan dengan publik eksternal, *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta juga melakukan beberapa kegiatan untuk menjalin hubungan dengan publik internalnya. Walaupun aktivitas ini bukan tanggung jawab sepenuhnya bagi PRE Grand Tjokro Yogyakarta, tetapi aktivitas ini penting untuk dilakukan mengingat peran PR ialah menjadi jembatan komunikasi di dalam sebuah organisasi. Dalam praktiknya, PR di Grand Tjokro Yogyakarta hanya berfungsi sebagai panitia dari acara-acara yang dilaksanakan oleh organisasi, baik acara yang sifatnya internal dari Grand Tjokro Yogyakarta maupun yang bersifat umum.

*Public Relations* juga memiliki tugas untuk melakukan *monitoring media social* yang juga secara tidak langsung juga berperan sebagai *problem solver* yang mengetahui masalah-masalah mengenai kritik dan saran dari pelanggan maupun publik kepada Grand Tjokro

Yogyakarta dan kemudian menjadi mediator antara publik eksternal dan internal. Akan tetapi *General Manager*, Pak Joko memiliki gaya kepemimpinan yang terlalu mendominasi dan juga peran PR sebagai mediator yang selalu didahului oleh GM mengakibatkan segala masalah menjadi urusan bagi GM dan membuat karyawan yang bertanggung jawab akan masalah tersebut dinilai GM tidak dapat mengatasinya. Gaya kepemimpinan dari GM ini membuat karyawan memiliki *job description* yang kurang jelas, karena GM sendiri sering melakukan beberapa *job description* yang sebenarnya menjadi tanggung jawab dari karyawan tertentu. Dalam hal ini, contohnya saja dapat dilihat dari GM yang terkadang bisa mengetahui adanya komentar yang kurang baik tentang Grand Tjokro Yogyakarta pada situs Trip Advisor terlebih dahulu dibandingkan dari *gate keeper* yang bertugas melakukan *monitoring media* yaitu *Public Relations Executive*, padahal komentar itu muncul di luar jam kerja dari PRE dan juga menjadi tanggung jawab *monitoring* pada hari yang bertepatan pada saat GM mengeluhkan komentar tersebut. Di dalam manajemen Grand Tjokro Yogyakarta tidak ada regulasi yang jelas mengenai *problem handling* atau *problem solving*.

## **B. Deskripsi Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan**

Penulis melaksanakan KKL mulai tanggal 22 Februari 2016 hingga 22 Juni 2016 sebagai *Public Relations Trainee* di divisi *Sales & Marketing*. Jam kerja yang berlaku di Grand Tjokro Yogyakarta yaitu mulai dari jam 08.00 sampai jam 17.00 dari hari Senin hingga Jumat, dengan 1 jam istirahat yang

dapat diambil bergantian dengan teman satu divisi dari jam 12.00 hingga 15.00. Namun untuk divisi *Sales & Marketing* dan *Accounting*, beserta *FB Manager* diberlakukan jadwal *on duty* di hari Sabtu dan hari libur nasional secara bergantian setiap bulannya, dan akan mendapat *day off* sebagai pengganti libur tersebut. Untuk karyawan KKL seperti penulis tidak diberlakukan sistem *on duty* dan *day off*, sehingga penulis hanya perlu memenuhi jam kerja dari hari Senin hingga Jumat.

Pada tanggal 12 Februari 2016, penulis memenuhi panggilan dari Bu Ratih, selaku *HR Manager* untuk datang ke Grand Tjokro Yogyakarta dengan agenda *briefing* sebelum memulai masa KKI.. Bu Safitri, *area training manager* Grand Tjokro Yogyakarta, memberikan *briefing*, *hotel tour* dan pengenalan seluruh karyawan hotel Grand Tjokro Yogyakarta kepada penulis dan 4 orang *trainee* lainnya. Saat *briefing* dilaksanakan, penulis diberitahukan tata tertib cara berpakaian, penampilan, dan sapaan selama melaksanakan KKL di Grand Tjokro Yogyakarta.

Pada satu minggu pertama, penulis diberikan pengarahan mengenai pemahaman tentang peranan dan tugas *Public Relations* di dalam bisnis perhotelan dan penjelasan kegiatan yang akan dilakukan penulis sebagai *public relations trainee* selama 84 hari. Pemahaman yang disampaikan meliputi tugas-tugas dan aktivitas kehumasan yang dilakukan Grand Tjokro Yogyakarta, serta korelasi tugas-tugas *Public Relations* dengan divisi lain yang ada di Grand Tjokro Yogyakarta. Selain itu, penulis bersama dengan seorang karyawan KKL lain di divisi *Sales & Marketing* juga saling membantu dalam melakukan beberapa kegiatan yang menjadi tugas divisi.

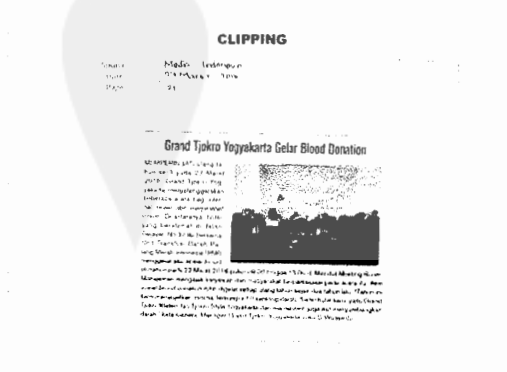
Selama melaksanakan KKL di Grand Tjokro Yogyakarta sebagai *public relations trainee*, penulis melakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

### 1. *Monitoring* dan kliping media

Kegiatan pertama yang saya lakukan di *office* ialah membaca koran. Koran harian yang bekerja sama dengan Grand Tjokro Yogyakarta adalah Kedaulatan Rakyat, Suara Merdeka, Jawa Pos, Kompas, Media Indonesia, dan Tempo. Dengan membaca koran, penulis akan mengetahui berita-berita yang harus dimuat di dalam kliping. Kliping ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan informasi terkait pariwisata, perhotelan, kompetitor dan kebijakan pemerintah kepada seluruh *head of department*. Kliping ini juga membantu *Public Relations Executive* untuk mengetahui informasi penting terkait dengan kepentingan Grand Tjokro Yogyakarta dan juga mengetahui *release* yang dibuat oleh seluruh hotel di Yogyakarta. Informasi yang didapat itu dimanfaatkan untuk menentukan strategi agar dapat bersaing dengan kompetitor dari Grand Tjokro Yogyakarta.

Gambar 3.16

### Klipping Pemberitaan Grand Tjokro Yogyakarta



Sumber: dokumen perusahaan, 31 Maret 2016.

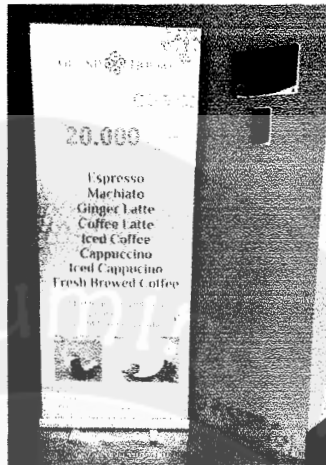
## 2. *Monitoring* promosi hotel

Kegiatan ini dilakukan setelah *engineering* memasang promo Grand Tjokro Yogyakarta yang terbaru dan dilakukan di beberapa sudut ruang hotel yang digunakan untuk memasang poster, banner, dan *flyer*, seperti lift tamu, koridor *meeting room* lantai 5, toilet tamu, koridor pintu masuk di *basement*, *lobby*, koridor *restaurant*, dan halaman depan hotel. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan alat-alat promosi hotel terpasang dengan baik dan benar sesuai dengan tempatnya masing-masing, karena alat promosi yang dipasang dalam waktu bersamaan di Grand Tjokro Yogyakarta memiliki konten yang berbeda dan juga bentuk yang berbeda.

Penulis bertugas membantu *Public Relations Executive* untuk melakukan *monitoring* promosi hotel. Pengecekan ini dilakukan mulai dari promo tersebut selesai dicetak dan diserahkan oleh *purchasing* dan juga setiap pagi setelah *engineering* memasang promo itu di beberapa sudut ruang hotel. Penulis harus memperhatikan pemasangan promo tersebut harus rapi dan tepat. Penulis berkesempatan untuk memeriksa pemasangan *Roll Banner* promo 'SHE\_@NITA Coffee' di Koridor Tjokro Restaurant pada 25 Februari 2016. Penulis harus menempatkan *Roll Banner* tersebut pada posisi yang strategis, sehingga pelanggan yang berada di Lobby, depan lift, dan juga di Batik Lounge dapat melihatnya dengan jelas. Penempatan ini sangat penting karena dapat menghemat pengeluaran untuk membuat alat-alat peraga promo yang harganya juga cukup mahal dan tidak dapat digunakan terus menerus.

Gambar 3.17

*Roll Banner* di Koridor Tjokro Restaurant



Sumber: dokumen perusahaan, 25 Februari 2016.

3. Mengirimkan *birthday greeting card*

*Birthday greeting card* ini diperuntukkan pada TJ's *Friends* dan seluruh rekanan dari Grand Tjokro Yogyakarta. Penulis bertugas untuk selalu memeriksa daftar TJ's *Friends* yang berulang tahun setiap harinya, kemudian menyiapkan desain *e-birthday greeting card* dan mengirimkannya melalui email *Public Relations Executive*. Kegiatan ini dilakukan rutin setiap pagi dengan tujuan penerima *e-birthday greeting card* menerima dan melihatnya di pagi hari sebelum memulai aktivitasnya dengan perasaan yang bahagia setelah melihat *e-birthday greeting card* yang dikirimkan oleh Grand Tjokro Yogyakarta. Penulis diharuskan untuk teliti dan selalu *update* mengenai hari ulang tahun TJ's *Friends* dan juga organisasi-organisasi lain yang berhubungan dengan Grand Tjokro Yogyakarta.

#### 4. Membantu *Public Relations Executive* melakukan *Photo Taking*

Merancang dan membuat desain promosi bukan tugas utama bagi *Public Relations Executive*, melainkan tugas bersama dengan *IT Manager* & *Desain Grafis*. *Public Relations Executive* bertugas untuk merancang dan melakukan *photo taking* untuk mendukung desain alat-alat promosi. Kegiatan *photo taking* ini dilakukan setelah perencanaan desain promosi sudah selesai dan disetujui oleh penanggung jawab promosi itu. *Photo taking* dapat dilakukan di sudut-sudut tertentu hotel, hal ini ditentukan sesuai dengan promosi yang akan dilakukan, untuk promosi *Food and Beverages* biasanya *photo taking* dilakukan di restoran dan *pool side*. Kegiatan ini sangat penting, karena hasil foto yang ditampilkan pada alat promosi akan menjadi daya tarik utama dari promosi tersebut. Penulis bertugas untuk membantu *photo taking*, menyiapkan objek dan semua perangkat pendukungnya. Penulis belajar untuk berpikir kreatif untuk membuat objek menjadi menarik untuk dilihat dan juga diminati oleh publik.

Bulan Februari 2016, Grand Tjokro Yogyakarta memiliki promo 'SHE\_@NITA Coffee'. Mba Carla (PRE) bersama dengan Pak Toni (FB *Manager*) sudah menyiapkan konten untuk membuat desain promo ini. Desain promo ini akan sangat menarik jika diberikan dukungan foto asli dari produk tersebut. Sebelum mulai merancang desainnya, Mba Carla mengajak penulis untuk melakukan *photo taking* SHE\_@NITA Coffee di *Pool Side* Tjokro Restaurant. Di sana sudah tersedia dua kopi, yang pertama kopi yang disajikan hangat, dan yang kedua disajikan dingin dengan es.



Penulis diajak Mba Carla untuk berkreasi dalam proses *photo taking* dengan cara menambahkan objek-objek pendukung yang dapat membuat foto dari segelas kopi itu menjadi menarik dilihat oleh pelanggan. Berikut salah satu hasil foto secangkir kopi hangat yang berhasil difoto oleh penulis.

Gambar 3.18

Hasil *Photo Taking Hot SHE\_@NITA Coffee*



Sumber: dokumen perusahaan, 21 Februari 2016.

Setelah beberapa kali berhasil mendapatkan foto yang menarik untuk mendukung desain-desain promo yang dibuat penulis. Mba Carla memberikan kepercayaan penuh kepada penulis untuk melakukan *photo taking* sendiri, mulai dari perencanaan, pengaturan, hingga pengambilan foto objek promo tersebut. Berikut salah satu hasil foto yang diambil sendiri oleh penulis selama menjalani KKL di Grand Tjokro Yogyakarta.

Gambar 3.19

Hasil *Photo Taking Chef Suggestions Menu*



Sumber: dokumen perusahaan, 16 Mei 2016.

5. Membuat desain promosi dan *greeting card*

*Public Relations Executive* bekerja sama dengan *IT Manager & Desain Grafis* dalam merencanakan dan membuat desain dari alat-alat promosi *Sales & Marketing*, seperti *flyer, x-banner, roll banner, welcome banner, street banner, poster*, dan foto *blasting*, dan juga *greeting card* yang sering digunakan oleh *Public Relations Executive* dalam menjalankan tugasnya, bahkan beberapa desain untuk keperluan khusus Grand Tjokro Yogyakarta.

Desain promosi akan dibuat setelah konten dan foto promosi sudah terkumpul. Desain promosi ini dibuat sesuai persetujuan penanggung jawab promosi dan juga *General Manager*, karena alat promosi ditujukan kepada publik, oleh karena itu penting bagi *General Manager* untuk menentukan desain yang layak untuk disebarakan kepada publik. Penulis mendapatkan tanggung jawab untuk melakukan tugas *public relations* ini. Penulis mempelajari *corporate identity* dan *corporate image* Grand Tjokro Yogyakarta untuk dapat membuat desain yang cocok dan sesuai dengan karakter organisasi.

Ketika penulis memulai KKL, Grand Tjokro Yogyakarta belum memiliki staff pada bagian *IT Manager & Desain Grafis*, sehingga *Public Relations Executive* bertugas penuh untuk menyiapkan desain promosi dan *greeting card*. Penulis kemudian dituntut untuk mempelajari lagi dalam menggunakan aplikasi desain, Corel Draw. Penulis mendapatkan arahan dari Mba Carla mengenai desain-desain promo dan *greeting card* yang

baik dan efektif. Mba Carla selalu mendorong penulis untuk berlatih membuat desain-desain yang menarik dan gampang untuk dipahami oleh publik, sesuai dengan standar yang dimiliki oleh Grand Tjokro Yogyakarta. Di balik sebuah desain yang dibuat oleh penulis, terdapat serangkaian proses dari awal dirancang hingga kemudian disebarkan kepada publik. Desain yang disebarkan kepada publik ialah desain yang sudah dikoreksi dan disetujui oleh Pak Joko, GM Grand Tjokro Yogyakarta. Tentunya penulis tidak dapat langsung membuat desain sesuai dengan kriteria yang diminta oleh Pak Joko. Namun dengan banyaknya latihan dan desain yang dibuat, juga koreksi-koreksi yang diberikan Pak Joko, penulis akhirnya dapat membuat desain-desain yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan Pak Joko, dan juga tentunya baik, efektif, dan sesuai dengan standar yang dimiliki Grand Tjokro Yogyakarta. Berikut adalah beberapa desain yang telah dibuat oleh penulis dan disebarkan kepada publik.

Gambar 3.20

*Greeting Card HUT Kabupaten Sleman*



*Sumber: dokumen perusahaan, 13 Maret 2016.*

Gambar 3.21

*Desain Blasting Promo 'April Mop'*



*Sumber: dokumen perusahaan, 31 Maret 2016.*

6. *Update social media*

*Social media* ialah salah satu saluran komunikasi Grand Tjokro Yogyakarta kepada publik, khususnya pelanggan. *Social media* digunakan Grand Tjokro Yogyakarta untuk menyebarkan informasi mengenai promosi dan kegiatan yang dilakukannya, cara ini dinilai lebih efisien dan ekonomis, juga cukup efektif karena *social media* sedang marak digunakan oleh publik.

*Public Relations Executive* harus selalu *update social media* Grand Tjokro Yogyakarta setidaknya pada pagi dan sore setiap harinya. Penulis diberikan tanggung jawab untuk selalu *update* promosi dan *e-greeting cards* ke *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*, selain itu juga *update* foto-foto yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan Grand Tjokro Yogyakarta sebagai cerminan dari citra dan reputasinya di dunia maya. Penulis dilatih untuk mampu menggunakan dan menyusun kalimat dengan baik sesuai dengan kriteria Grand Tjokro Yogyakarta.

#### 7. Membantu membuat TJ's, *Weekly* dan *Monthly Report*

Penulis mendapatkan kesempatan untuk membantu membuat TJ's, *weekly*, dan *monthly report*. Di setiap hari Selasa, penulis mendapatkan tanggung jawab untuk membuat TJ's *report*, yang berisikan laporan *birthday card* yang dikirimkan penulis kepada TJ's *Friends* selama satu minggu terakhir. Setiap hari Jumat, PRE harus mengirimkan *weekly report* yang berisikan kegiatan *public relations* yang dilakukan satu minggu terakhir, penulis mendapatkan kesempatan untuk melampirkan dokumentasi kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan PRE. Dan setiap akhir bulan, penulis juga membantu menyusun kembali kumpulan *weekly report* ke dalam *monthly report*, lalu akan dikoreksi kembali oleh PRE. Kegiatan ini menuntut penulis untuk selalu mencatat setiap kegiatan yang dilakukan dan juga menulis secara *detail* dan teliti ketika membuat laporan. Seluruh *press release*, kliping media, dan dokumentasi kegiatan digunakan sebagai lampiran penting dalam laporan *public relations*.

#### 8. Membuat *press release*

*Press release* ialah media komunikasi Grand Tjokro Yogyakarta untuk menyampaikan informasi terbaru terkait kegiatan dan promo kepada publik. Fabiola Carla PS, selaku *Public Relations Executive* bertugas untuk membuat *press release* dengan target, 3 release di media massa dalam 1 minggu.

Selama melaksanakan KKL di Grand Tjokro Yogyakarta, penulis diberikan kesempatan dan arahan untuk membuat *press release* dan juga diajarkan cara mengirimkannya kepada rekanan media melalui *email* oleh

Mba Carla. *Press release* yang dibuat oleh penulis ialah mengenai perayaan Hari Ulang Tahun ke-3 Grand Tjokro Yogyakarta dan juga promo *Assorted Pie* dan *Oriental Rice Bowl*.

Perayaan HUT ke-3 Grand Tjokro Yogyakarta berlangsung meriah dengan banyaknya rangkaian acara yang dibuat oleh manajemen untuk merayakan hari ulang tahunnya ini. Salah satu acara yang digelar ialah aksi 'Blood Donation' yang diselenggarakan bersama dengan pihak Palang Merah Indonesia Kabupaten Sleman. Acara ini digelar sehari sebelum puncak acara HUT, yaitu pada 22 Maret 2016 pada pukul 09.00 WIB hingga 13.00 WIB, dan bertempat di Mendut *Meeting Room* Grand Tjokro Yogyakarta. Bertepatan dengan adanya acara ini, Mba Carla memberikan kepercayaannya kepada penulis untuk menulis *release* untuk disebarakan kepada rekanan media pada tanggal 22 Februari 2016 tersebut. Berikut salah satu *release* 'Blood Donation' buatan penulis yang diterbitkan oleh surat kabar Tempo, pada 31 Maret 2016.

Gambar 3.23

*Press Release 'Blood Donation'*



Sumber: Tempo, 31 Maret 2016

Penulis juga membuat dua *release* untuk promo bulan April 2016. Penulis bertanggung jawab penuh atas *release* yang dibuat, dikarenakan Mba Carla sudah mengundurkan diri dari Grand Tjokro Yogyakarta. Kemudian penulis membuat *release* 'Assorted Pie' dan 'Oriental Rice Bowl' di bawah pengawasan dari Pak Edwin, Area DOSM.

Gambar 3.22

*Press Release Promo 'Assorted Pie'*

Grand Tjokro Yogyakarta  
**Manisnya Assorted Pie di Batik Lounge**

Grand Tjokro Yogyakarta tidak pernah puas dengan promo-promo yang telah sukses dilaksanakan. Hotel yang berada di jalan Gejayan 37 Yogyakarta ini, terus memiliki ide baru untuk menciptakan inovasi promo, terutama promosi *food & beverage*. Promo menarik untuk F & B itulah yang menjadi daya tarik khusus bagi para tamu hotel.

Ranyaknya orang yang menyukai makanan manis memunculkan ide baru bagi Andri Santoso, Executive Sous Chef Grand Tjokro Yogyakarta. Chef Andri memperkenalkan promo terbaru khusus April hingga Mei, yaitu Assorted Pie "For the Lover of Pie" yang disajikan dengan sangat unik dan manis. Assorted Pie ini terdiri atas enam jenis, yaitu Apple Pie, Pineapple Pie, Chocolate Pie, Fruit Pie, Egg Pie, dan Banana Pie.

Dengan cita rasa khas pie dan penampilan yang sangat manis dipandang, tamu hanya perlu membayar Rp 20 ribu++ untuk sebuah Assorted Pie yang manis. Tamu hotel dapat menikmati promo manisnya Assorted Pie ini sembari bersantai di Batik Lounge Grand Tjokro Yogyakarta.

**G**rand Tjokro Yogyakarta tidak pernah puas dengan promo-promo yang telah sukses dilaksanakan. Hotel yang berada di jalan Gejayan 37 Yogyakarta ini, terus memiliki ide baru untuk menciptakan inovasi promo, terutama promosi *food & beverage*. Promo menarik untuk F & B itulah yang menjadi daya tarik khusus bagi para tamu hotel.

Ranyaknya orang yang menyukai makanan manis memunculkan ide baru bagi Andri Santoso, Executive Sous Chef Grand Tjokro Yogyakarta. Chef Andri memperkenalkan promo terbaru khusus April hingga Mei, yaitu Assorted Pie "For the Lover of Pie" yang disajikan dengan sangat unik dan manis. Assorted Pie ini terdiri atas enam jenis, yaitu Apple Pie, Pineapple Pie, Chocolate Pie, Fruit Pie, Egg Pie, dan Banana Pie.

Dengan cita rasa khas pie dan penampilan yang sangat manis dipandang, tamu hanya perlu membayar Rp 20 ribu++ untuk sebuah Assorted Pie yang manis. Tamu hotel dapat menikmati promo manisnya Assorted Pie ini sembari bersantai di Batik Lounge Grand Tjokro Yogyakarta.

Sumber: Tempo, 22 April 2016

Gambar 3.20

*Press Release Promo 'Oriental Rice Bowl'*

Grand Tjokro Yogyakarta  
**Hadirkan Promo Oriental Rice Bowl**

makan, kedai, hingga warung kecil lima menjual makanan oriental yang biasa disebut Chinese Food.

Melihat peluang lebarhasilan bisnis kuliner ini, Andri Santoso, Executive Sous Chef Grand Tjokro Yogyakarta, menghadirkan promo Oriental Rice Bowl yang berlaku sepanjang Mei.

Chef Andri menyajikan tiga varian topping rice bowl, yaitu Beef Blackpepper, Chicken Oyster dan Fish Szechuan. Ketiganya disajikan dengan caruk dalam sebuah mangkuk berserta sausnya.

Untuk mencoba nikmatnya cita rasa Oriental Rice Bowl, pelanggan bisa berkunjung ke Tjokro Restaurant di Grand Tjokro Yogyakarta, jalan Gejayan 37, Yogyakarta, cukup dengan membayar Rp 36 ribu per mangkuk.

**C**ita rasa kuliner oriental khas Benoa Asia memang sangat familiar di Indonesia. Banyaknya penikmat makanan oriental di sini mendorong banyak restoran, rumah

Rice Chicken Oyster Bowl  
Rice Fish Szechuan Bowl  
Rice Beef Black Pepper Bowl  
**Rp. 36.000++**

Sumber: Tempo, 9 Mei 2016

## 9. Membantu menyebarkan BEO

BEO ialah rangkuman *event* yang dibuat oleh *sales*. Seluruh *event* yang diadakan di hotel harus memiliki BEO sebagai saluran komunikasi untuk koordinasi dari setiap divisi Grand Tjokro Yogyakarta. BEO yang dibuat akan diperbanyak menjadi 14 salinan, sesuai dengan kepentingan dari setiap divisi untuk kemudian disebarakan ke seluruh divisi. Dalam kegiatan ini penulis membantu kerja *sales admin*, namun penulis mendapatkan pelajaran yang berkaitan dengan *public relations* yaitu untuk mengetahui seluruh *event* yang diadakan di Grand Tjokro Yogyakarta dan juga *detail*-nya, dan juga menjalin hubungan internal dengan seluruh karyawan yang ada di Grand Tjokro Yogyakarta.

### C. Analisis Hasil Kuliah Kerja Lapangan

#### 1. Analisis Konsep *Public Relations* di Grand Tjokro Hotels Indonesia

Menurut Frank Jefkins (2004: 10), *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Konsep *public relations* ini sesuai dengan konsep *public relations* yang dipahami oleh Grand Tjokro Hotels Indonesia. *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta (GTY), Fabiola Carla PS menyatakan bahwa tugas utama dari *Public Relations* adalah menjalin hubungan baik dengan mitra dari GTY, seperti jurnalis, radio, dll., membuat program-program



yang mendukung kegiatan *marketing* Grand Tjokro Yogyakarta, dan menjalin komunikasi dua arah yang baik dengan seluruh masyarakat untuk membangun kesepahaman dan kepercayaan. Dari pernyataan tersebut, penulis memahami bahwa konsep sederhana akan *public relations* di Grand Tjokro Hotels Indonesia dapat ditafsirkan seperti jembatan komunikasi. Artinya *public relations* bertugas untuk memberikan informasi mengenai organisasi kepada publik internal dan/atau maupun eksternalnya, dan juga bertugas untuk mengumpulkan informasi mengenai publik internal dan eksternal dari organisasi untuk kemudian disalurkan kepada organisasi sesuai dengan kepentingannya.

Selama menjalani KKL di Grand Tjokro Yogyakarta, penulis mengamati seluruh kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta. Banyak sekali kegiatan yang dilakukan, walaupun sebagian besar merupakan kegiatan yang berfokus pada publik eksternal, akan tetapi juga ada beberapa kegiatan yang berfokus pada publik internal dari GTY. Hal ini selaras dengan konsep yang dinyatakan oleh Effendy (2006: 107) publik sasaran dari kegiatan humas terbagi menjadi dua jenis kelompok besar, yakni publik intern dan publik ekstern. Dapat dipahami sebagai berikut:

a. Hubungan dengan Publik Intern

Publik intern terdiri atas orang-orang yang bergiat di dalam organisasi dan secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu. Dalam hal ini, *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta lebih berperan sebagai

pengamat situasi publik eksternal pada saat *morning briefing head of department*, perannya ini penting untuk menjadi pertimbangan dalam membuat kebijakan organisasi. Dan ada juga beberapa kegiatan lainnya, salah satunya ialah berperan penting atas acara yang diselenggarakan oleh dan untuk organisasi, di mana *Public Relations Executive* menjadi salah satu panitia perencana acara.

b. Hubungan dengan Publik Ekstern

Publik ekstern terdiri atas orang-orang atau anggota-anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga ada kaitannya dengan organisasi. *Public Relations Executive* GTY memiliki banyak sekali kegiatan yang berfokus pada orang-orang yang berada di luar organisasi, seperti komunitas, pelanggan, dan media dan pers. Seperti kegiatan *Birthday Greetings Card* ditujukan kepada pelanggan dan komunitas tertentu, bahkan kepada pemerintah, lalu ada beberapa kegiatan yang ditujukan kepada media dan pers, yaitu *press release*, *media visit*, *media gathering*, *talk show*, dan juga *birthday surprised*. Meskipun kegiatan *birthday surprised* tidak khusus dibuat untuk media dan pers, tetapi juga kepada komunitas dan juga pemerintah.

## 2. Analisis Aktivitas *Public Relations* di Grand Tjokro Hotels Indonesia

Penulis memahami aktivitas *Public Relations* dalam bisnis perhotelan dengan beracuan pada pendapat Tioris (2014) dan sangat sesuai dengan yang penulis temukan pada saat melakukan KKL di Grand Tjokro Yogyakarta. Aktivitas *Public Relations* dalam bisnis perhotelan dapat dijelaskan sebagai berikut:

### a. *Monitoring Media*

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kompetitor, kebijakan-kebijakan pemerintah, dan perkembangan publik. Aktivitas ini rutin dilakukan setiap hari dan menghasilkan klipping yang berisikan semua informasi mengenai kebijakan seputar pariwisata dan dan tentunya mengenai kompetitor. Kegiatan ini menjadi penting bagi Grand Tjokro Yogyakarta terutama untuk memantau kegiatan-kegiatan dan promo yang dilakukan oleh kompetitornya, yaitu hotel-hotel berbintang empat yang ada di Yogyakarta.

### b. Mengikuti *Morning Briefing*

*Public Relations* harus mengikuti *morning briefing* di departemen *Sales & Marketing* bersama dengan *General Manager*, kemudian juga mengikuti *morning briefing head of department* untuk mengetahui perkembangan dan kebijakan-kebijakan yang berlaku di perusahaan. *Public Relations Executive* GTY berperan sebagai jembatan komunikasi yang berfungsi untuk mengetahui situasi publik dengan sangat baik,

sehingga kemudian dapat memberikan gagasan kebijakan Grand Tjokro Yogyakarta yang selaras dengan situasi publik dan memberikan keuntungan bagi organisasi, tetapi juga tidak merugikan publiknya.

c. Melakukan Publikasi

Menurut Tioris, kegiatan publikasi ialah membangun reputasi dan melakukan promosi mengenai program-program dan kegiatan yang dilakukan hotel melalui pemasangan iklan di jalan, media cetak, *Facebook*, *Twitter*, *Website*. Publikasi yang dilakukan oleh *Public Relations Executive* GTY ialah *talk show* radio, dan *social media handling*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Informasi yang dipublikasikan ialah promosi dan juga kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Grand Tjokro Yogyakarta, seperti kegiatan *media visit*, *corporate social responsibility*, dan juga promosi.

d. Membuat *Media Release*

Memberikan publikasi kepada publik eksternal melalui media cetak maupun *online* dengan mengirimkan *media release* kepada rekanan relasi media. *Media release* ini bisa berisikan promosi program terbaru hotel, kegiatan internal, hingga program CSR yang dilakukan pihak hotel. Grand Tjokro Yogyakarta secara rutin mengirimkan *press release*, sebutan lain dari *media release*. *Press release* yang dikirimkan kebanyakan berisikan tentang promo-promo terbaru dari Grand Tjokro Yogyakarta, dan juga

kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Grand Tjokro Yogyakarta, seperti perayaan *3<sup>rd</sup> Anniversary* Grand Tjokro Yogyakarta.

e. Menjalin hubungan dengan pihak eksternal (*lobbying*)

Membuat program-program yang bertujuan untuk membangun dan menjalin hubungan baik dengan tamu hotel/pelanggan, pengusaha lokal dan luar Yogyakarta, rekan-rekan jurnalis, dan juga pemerintah. Konsep kegiatan yang dinyatakan oleh Tioris ini merupakan tujuan dari seluruh kegiatan *public relations* yang dilakukan oleh Grand Tjokro Yogyakarta. Terjadinya hubungan yang erat dengan pihak eksternal diharapkan dapat menjadikan hubungan yang saling memberikan keuntungan bagi pihak-pihak yang melakukan kerja sama dan juga Grand Tjokro Yogyakarta.

f. *Monitoring Email*

Bagi *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta, kegiatan *monitoring email* ialah kegiatan yang wajib dilakukan olehnya. Karena *email* ini berfungsi sebagai penyalur informasi yang sangat efektif dan akurat di dalam Grand Tjokro Yogyakarta dan juga Grand Tjokro Hotels Indonesia.

g. Membuat desain kebutuhan hotel

Tioris menyatakan bahwa *Public Relations* bertugas membuat desain untuk seluruh kebutuhan hotel, mulai dari identitas hingga promosi, seperti banner, baliho, *website*, *backdrop event*, desain *sales kit*, *name card*, data perusahaan, *merchandise*. Pernyataan

cukup selaras dengan praktik *public relations* di Grand Tjokro Yogyakarta. Terdapat sedikit perbedaan, yaitu *Public Relations Executive* bekerja sama dengan *IT Manager & Desain Grafis* dalam merencanakan dan membuat desain dari alat-alat promosi *Sales & Marketing* Grand Tjokro Yogyakarta. Sehingga tugas ini bukan merupakan tanggung jawab penuh bagi *Public Relations Executive*, melainkan tanggung jawab bersama dengan *IT Manager & Desain Grafis*.

h. Menjalin hubungan dengan publik internal.

Tidak ada gunanya bila seorang *public relations* hanya mementingkan hubungan dengan publik eksternal. *Public relations* harus menjalin hubungan yang baik dengan publik internalnya, karena *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta ialah bekerja di bawah sebuah organisasi yang tentunya membutuhkan kerja sama untuk mencapai tujuannya.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan publik eksternal berjalan dengan baik. Dapat dilihat dari banyaknya kegiatan yang dilakukan *Public Relations Executive* yang ditujukan kepada publik eksternal dari Grand Tjokro Yogyakarta, yaitu media, komunitas, pelanggan, dan pemerintah. Hal ini sesuai dengan konsep yang dinyatakan oleh Effendy (2006: 107), yakni publik sasaran dari kegiatan humas terbagi menjadi dua jenis kelompok besar, yakni publik intern dan publik ekstern.

Aktivitas *Public Relations* yang dilakukan di Grand Tjokro Yogyakarta lebih berfokus untuk publikasi kepada publik eksternal, yaitu memberikan informasi mengenai organisasi kepada publik eksternalnya melalui media. Meskipun demikian, aktivitas ini masih memiliki beberapa kekurangan. Aktivitas dengan publik eksternal yang dilakukannya terlalu banyak yang berfokus kepada hubungan media, walaupun Grand Tjokro Yogyakarta juga bertujuan untuk menyebarkan informasi melalui media agar dapat tersampaikan kepada pelanggan dan juga pemerintah. Namun, akan menjadi lebih baik lagi, jika Grand Tjokro melakukan lebih banyak aktivitas secara langsung kepada pelanggan dan juga pemerintah.

☞ Sedangkan aktivitas *Public Relations* dengan publik internal sangat sedikit dilakukan, walaupun *Public Relations Executive* Grand Tjokro

Yogyakarta hanya bertugas untuk membantu HRD dalam aktivitas ini,. Gaya kepemimpinan GM yang terlalu mendominasi dan tidak memerhatikan *job description* juga menghambat kinerja PRE dalam melakukan tugas *complain handling*. Seharusnya *Public Relations* dapat melakukan aktivitas berfokus pada *complain handling*, dan kegiatan hubungan karyawan agar terjalin hubungan kerja yang baik dan *solid*, dan juga menjalankan perannya sebagai mediator dan *problem solver*.

## **B. Saran**

Setelah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Grand Tjokro Yogyakarta, penulis memiliki beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan.

1. Aktivitas *Public Relations* Grand Tjokro Yogyakarta sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan publik eksternal sudah berjalan cukup baik, namun masih kurang seimbang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya aktivitas hubungan media yang dilakukan, akan tetapi untuk aktivitas hubungan pelanggan, komunitas dan pemerintah sangat sedikit dilakukan. Tidak dapat dipungkiri bahwa publik eksternal, seperti pelanggan, komunitas dan pemerintah memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap Grand Tjokro Yogyakarta. Dan akan lebih menguntungkan bagi Grand Tjokro Yogyakarta apabila dapat menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan pelanggan, komunitas dan pemerintah melalui beberapa aktivitas yang akan membuat hubungan



mereka menjadi lebih erat dan memberikan dampak yang baik bagi seluruh pihak.

2. *Public Relations Executive* Grand Tjokro Yogyakarta perlu menjalin hubungan yang lebih erat dengan publik internalnya, yaitu karyawan lain yang tergabung dalam Grand Tjokro Yogyakarta. Walaupun hubungan karyawan adaalan tugas utama dari HRD, namun seorang *Public Relations* ada baiknya untuk turut mengambil peran penting dalam hubungan karyawan juga, agar dapat menciptakan hubungan yang lebih erat dan *solid* di dalam Grand Tjokro Yogyakarta.
3. Grand Tjokro Yogyakarta harus lebih sering melibatkan *Public Relations Executive* dalam melakukan perencanaan seluruh kegiatan, karena PRE bertanggung jawab penuh atas citra dan reputasi dari organisasi di publik. Dan juga menjadi penting bagi PRE untuk dapat menjadi jembatan dan juga mediator antar seluruh divisi di Grand Tjokro Yogyakarta, agar terjalin komunikasi yang efektif di dalam organisasi dalam hal perencanaan dan pelaksanaan kegiatan, hingga *problem solving*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S M., Allen H. Center, Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations* edisi Kesembilan. Jakarta. Indonesia: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. 2006. *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*. Bandung. Indonesia : Remaja Rosdakarya.
- Greener, T. 2002. *Kiat Sukses Public Relations dan Pembentukan Citranya*. Jakarta. Indonesia: Bumi Aksara Jakarta.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta. Indonesia: PT. Erlangga
- Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi. 2010. *Surat Keputusan Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel, Bab I Pasal 1 Ayat (b)*.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta. Indonesia: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sulastiyono, Agus. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung. Indonesia: Alfabeta.
- Tioris, Manyasondica G. S. 2014. *Laporan Kuliah Kerja Lapangan: Peran Public Relations Eastparc Hotel Yogyakarta Dalam Membangun Reputasi Sebagai Hotel Baru di Yogyakarta*. Yogyakarta. Indonesia.

**Sumber dari Internet :**

<http://beritajogja.id/april-2015-jogja-dipenuhi-575-hotel.html> - diakses pada 4 Januari 2016.

<http://www.beritasatu.com/food-travel/330364-grand-tjokro-yogyakarta-ramaikan-kota-pelajar.html> - diakses pada 4 Januari 2016.

<http://bumn.go.id/sucofindo/berita/420/Grand.Tjokro.Raih.Hotel.Bintang.4> - diakses pada 4 Januari 2016.

<http://www.kemendagri.go.id/pages/profil-daerah/provinsi/detail/34/di-yogyakarta> - diakses pada 17 Oktober 2015.

<http://www.jakartajive.com/2013/04/hotel-grand-tjokro-yogyakarta-produk.html> - diakses pada 4 Januari 2016.

*serviens in lumine veritatis*

# LAMPIRAN

**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI  
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**RAHASIA**

Dibuat Rangkap 2 (dua) :  
Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan \*)  
Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Grace Agustin  
NIM : 120904652

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Grand Djokro Yogyakarta  
pada tanggal 22 Februari 2016 sampai dengan 22 Juni 2016  
dan diberikan penilaian sebagai berikut :

No.	ASPEK PENILAIAN	Nilai **)
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat)	80
2.	KREATIVITAS (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL)	75
3.	KERJASAMA (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam): (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja intitusi.	85
4.	KEHADIRAN (Penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut) : Sakit : ..... hari Ijin : ..... hari Alpa : ..... hari Total Hadir : <u>84</u> hari	80

KESAN UMUM :

Tingkatkan terus semangat belajarnya. jangan pernah  
puas dengan apa yang sudah dicapai. Sukses selalu!

Yogyakarta, 16 Mei 2017

Human Resource Department  
Pembimbing di Lokasi KKL

**GRAND**  **YOGYAKARTA**  
Anggota of  
**GRAND DJOKRO HOTELS  
IN INDONESIA**

(.....)  
Dwi Gusmiati

\*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL

\*\*\*) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100

## JADWAL KEGIATAN PESERTA KKL

No	Tanggal	Kegiatan Peserta KKL
1	12-Feb-16	<i>Trainee briefing, hotel tour, dan pengenalan seluruh staff.</i>
2	22-Feb-16	1. <i>Briefing dan pengenalan diri di divisi Sales &amp; Marketing.</i>
		2. <i>Pengenalan konsep public relations dalam bisnis perhotelan.</i>
		3. <i>Pelatihan photo taking produk Food &amp; Beverages "Light Snack".</i>
3	23-Feb-16	1. <i>Briefing, monitoring dan klipping media cetak.</i>
		2. <i>Penjelasan TJ's Friends dan Greeting Card.</i>
		3. <i>Merancang desain welcome banner 'Wedding Promotion'.</i>
4	24-Feb-16	1. <i>Briefing, monitoring dan klipping media cetak.</i>
		2. <i>Merancang desain flyer 'Light Snack' dan 'Weekly Event'.</i>
		3. <i>Penjelasan kerja sama dengan media cetak dan radio.</i>
		4. <i>Menata file klipping tahun 2015 hingga 2016.</i>
5	25-Feb-16	1. <i>Briefing, monitoring dan klipping media cetak.</i>
		2. <i>Penjelasan social media handling dan monitoring media online.</i>
		3. <i>Penjelasan weekly, monthly, dan TJ's Friends report.</i>
		4. <i>Mengajukan desain welcome banner yang sudah disetujui GM kepada purchasing untuk dicetak.</i>
6	29-Feb-16	1. <i>Briefing, monitoring dan klipping media cetak.</i>
		2. <i>Penjelasan press release, media visit, media gathering, talk show, dan birthday surprised.</i>
		3. <i>Merancang dan membuat desain flyer 'Meeting Package'.</i>
		4. <i>Follow up entertainment form kepada pastry chef untuk birthday surprised Angkasa Pura.</i>
7	1-Mar-16	1. <i>Briefing, monitoring dan klipping media cetak dan online.</i>
		2. <i>Photo taking dan membuat desain roll banner "SHE @NITA COFFEE".</i>
		3. <i>Follow up welcome banner 'Wedding Promotion' dan mengajukan desain flyer 'Light Snack' dan 'Weekly Event' kepada purchasing.</i>
		1. <i>Briefing, monitoring dan klipping media cetak dan online.</i>

8	2-Mar-16	<p>2. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i>.</p> <p>3. Merancang dan membuat desain <i>flyer 'Table Manner'</i>.</p>
9	3-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. Mengajukan <i>entertainment form</i> untuk <i>birthday surprised 'Swaragama FM'</i> kepada GM.</p> <p>3. Membantu mengumpulkan lampiran kegiatan PR untuk <i>Weekly Report</i>.</p>
10	4-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. Membuat pamflet pengumuman dari HRD untuk seluruh staff mengenai acara ulang tahun '<i>3rd Anniversary Grand Tjokro Yogyakarta</i>'.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p>
11	7-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Merancang dan membuat desain <i>e-promotion 'Shocking Rate'</i>.</p>
12	8-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Membuat desain <i>birthday greetings card</i> yang baru.</p>
13	10-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Membuat <i>press release</i> untuk acara '<i>3rd Anniversary Grand Tjokro Yogyakarta</i>'.</p>
		<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p>

14	11-Mar-16	<p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. <i>Photo taking</i> untuk promosi <i>Food &amp; Beverages</i> bulan Maret.</p>
15	14-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyiapkan lampiran kegiatan PR untuk <i>weekly report</i>.</p> <p>4. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i>.</p>
16	15-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyiapkan <i>TJ's report</i>.</p> <p>4. Membuat <i>Greetings Card</i>.</p>
17	16-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Membuat desain promosi acara '<i>Easter Fun Day</i>'.</p>
18	17-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i>.</p>
19	18-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p>



		<p>3. Membuat desain pamflet undangan donor darah dari HRD kepada warga sekitar RT. 06 dan RW. 02.</p> <p>4. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p>
20	21-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Membuat <i>entertainment form</i> untuk <i>birthday surprised</i> 'Retdjo Buntung'.</p> <p>4. Dokumentasi perlombaan staff dalam rangkaian acara '<i>3rd Anniversary Grand Tjokro Yogyakarta</i>'.</p>
21	22-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Membuat desain kampanye '<i>Earth Hour 2016</i>'.</p>
22	23-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Dokumentasi semifinal perlombaan staff dalam rangkaian acara '<i>3rd Anniversary Grand Tjokro Yogyakarta</i>'.</p>
23	24-Mar-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyelesaikan <i>press release</i> '<i>3rd Anniversary Grand Tjokro Yogyakarta</i>'.</p> <p>4. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p>
		<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .</p>

24	28-Mar-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyiapkan lampiran kegiatan PR untuk <i>weekly report</i> .
25	29-Mar-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyiapkan sumbangan yang akan disalurkan pada acara ' <i>Bicycle Night Color</i> ' dan Bakti Sosial Panti Asuhan Sayap Ibu.
26	30-Mar-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyiapkan <i>TJ's report</i> .
		4. Merancang dan membuat desain ' <i>Chef Suggestion's Menu</i> '.
		5. Dokumentasi acara ' <i>Blood Donation</i> ' <i>3rd Anniversary Grand Tjokro Yogyakarta</i> .
27	31-Mar-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Dokumentasi acara puncak <i>3rd Anniversary Grand Tjokro Yogyakarta 'Sarong Night'</i> .
28	1-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Membantu <i>photo taking</i> untuk promo <i>Food &amp; Beverages</i> bulan April 2016.
		4. Desain <i>e-Card Paskah</i> .

29	4-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Membuat <i>entertainment form</i> untuk <i>birthday surprised</i> 'Radar Jogja'.
		4. Mengajukan desain <i>flyer, poster in house, street banner</i> dan <i>roll banner</i> promo <i>Food &amp; Beverages</i> bulan April 2016 yang sudah disetujui GM kepada <i>purchasing</i> untuk dicetak.
30	5-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Membuat desain email banner promo bulan April 2016.
31	6-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Membuat desain <i>e-promotion</i> 'April Mop'.
32	7-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyiapkan lampiran kegiatan PR untuk <i>weekly</i> dan <i>monthly report</i> .
33	8-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .

34	11-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Menyiapkan barang-barang untuk <i>sales table top</i> ke Surabaya.
		5. Membuat <i>TJ's report</i> .
35	12-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Monitoring pemasangan alat-alat promosi di dalam dan sekitar area hotel.
36	13-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Menerima <i>hand over PR activity</i> dari Mba Carla, <i>Public Relations Executive</i> .
37	14-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membantu menata <i>file PR</i> dan <i>sales promotion tools</i> yang tersedia.
38	15-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .

		<p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i>.</p> <p>5. Mendapatkan penjelasan tugas-tugas dan batasan dalam melakukan <i>PR activity</i> selaku <i>PR trainee</i> yang bertugas sebelum adanya <i>PR Executive</i> yang baru.</p>
39	18-Apr-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. Membuat <i>press release</i> promosi <i>Food &amp; Beverages</i> bulan April 2016 dan mengajukannya kepada Pak Edwin, <i>Area DOSM</i>.</p>
40	19-Apr-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. Membuat <i>TJ's report</i>.</p>
41	20-Apr-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. Membuat desain <i>layout flyer</i> untuk promo bulan Ramadhan.</p>
42	21-Apr-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. <i>Follow up</i> desain <i>layout flyer</i> promo bulan Ramadhan kepada Pak Tony, <i>FB Manager</i>.</p>
		<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p>

43	22-Apr-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
44	25-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat desain <i>e-card</i> hari Kartini.
45	26-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
		5. Membuat desain <i>e-card</i> hari Bumi.
46	27-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Follow up</i> konten untuk desain <i>flyer</i> promo bulan Ramadhan kepada Pak Tony, <i>FB Manager</i> .
47	28-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Update e-card</i> hari Bumi ke seluruh media sosial.
		5. Dokumentasi divisi yang menggunakan kebaya dalam memperingati hari Kartini.

48	29-Apr-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
		5. <i>Update e-card</i> hari Bumi ke seluruh media sosial.
49	2-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
		5. <i>Follow up</i> desain <i>e-card</i> hari Buruh kepada Mas Fajar, <i>IT Manager &amp; Desain Grafis</i> .
50	3-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Photo taking</i> untuk promo <i>Food &amp; Beverages</i> bulan Mei 2016.
		5. <i>Follow up</i> konten untuk desain <i>flyer</i> promo bulan Ramadhan kepada Pak Tony, <i>FB Manager</i> .
51	4-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>internal memo</i> untuk <i>talkshow</i> di radio Star Jogja FM.
		5. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .

52	9-May-16	<p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. Membuat PR <i>weekly</i> dan <i>monthly report</i>.</p> <p>5. Membuat desain email banner promo bulan Mei 2016.</p>
54	10-May-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. <i>Update e-card</i> hari Pendidikan Nasional ke seluruh media sosial.</p> <p>5. Membuat desain <i>e-card</i> hari Isra Mi'raj dan Kenaikan Yesus Kristus.</p>
55	11-May-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. Membuat <i>TJ's report</i>.</p> <p>5. Membuat desain <i>e-card</i> hari ulang tahun Kabupaten Sleman yang ke-100 dan hari Palang Merah Sedunia.</p>
56	12-May-16	<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p> <p>2. <i>Social media handling</i>, memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i>, dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i>.</p> <p>3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.</p> <p>4. Membuat PR <i>weekly report</i>.</p> <p>5. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i>.</p>
		<p>1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i>.</p>



57	13-May-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Menyerahkan <i>hand over PR activity</i> dari Mba Carla, <i>Public Relations Executive</i> terdahulu kepada Mba Keket, <i>Public Relations Executive</i> yang baru.
		5. Desain <i>e-birthday card</i> untuk HUT Sunlife Financial.
58	16-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
		5. Menjelaskan <i>daily PR activity</i> yang harus dilakukan kepada Mba Keket.
59	17-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Revisi desain <i>flyer</i> promo bulan Ramadhan.
60	18-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Photo taking</i> untuk promo <i>Food &amp; Beverages</i> bulan Ramadhan.
61	19-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.

		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
		5. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
62	20-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Photo taking</i> untuk desain <i>Food &amp; Beverages 'Chef Suggestions's Menu'</i> .
63	23-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
64	24-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
65	25-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
		5. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
66	26-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Revisi desain <i>flyer</i> promo bulan Ramadhan.

67	27-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
		5. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
68	30-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Photo taking</i> untuk promo <i>Food &amp; Beverages</i> bulan Ramadhan.
69	31-May-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
70	1-Jun-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly</i> dan <i>monthly report</i> .
		5. Revisi desain email banner promo bulan Juni 2016.
71	2-Jun-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .

72	3-Jun-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
73	6-Jun-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
74	7-Jun-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
75	8-Jun-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
76	9-Jun-16	1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
		2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .

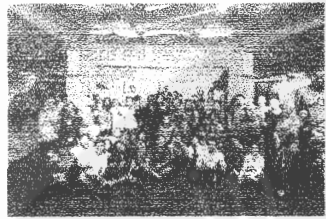
77	10-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
78	13-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
79	14-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
80	15-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Melakukan <i>photo taking</i> untuk promo <i>Food &amp; Beverages</i> bulan Juli 2016.
		4. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
81	16-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .

82	17-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat PR <i>weekly report</i> .
		5. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
83	20-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
84	21-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. Membuat <i>TJ's report</i> .
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .
85	22-Jun-16	2. <i>Social media handling</i> , memeriksa daftar <i>TJ's Birthday</i> dan mengirimkan <i>birthday greetings card</i> , dan menjawab seluruh telepon yang masuk di divisi <i>Sales &amp; Marketing</i> .
		3. Menyebarkan BEO ke seluruh divisi.
		4. <i>Monitoring</i> promosi hotel dan menyiapkan <i>sales kit</i> .
		5. Berpamitan kepada seluruh karyawan Grand Tjokro Yogyakarta.
		1. <i>Briefing, monitoring</i> dan klipping media cetak dan <i>online</i> .

## Lampiran Release

Grand Tjokro Yogyakarta

### Gelar Travel Agent dan Media Gathering



Gayeng Bareng Tjokroers dimulai dari Grand Tjokro Klaten dengan acara pengenalan hotel beserta fasilitasnya dan makan siang bersama. Acara dilanjutkan dengan *team building* yang menghadirkan *game-game* seru untuk menyemarakkan acara. Perjalanan dilanjutkan menuju Yogyakarta, tepatnya ke Tjokro Style Yogyakarta, untuk menikmati Gala Dinner bertema *pajamas party*.

Hotel-hotel di bawah manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia, seperti Grand Tjokro Yogyakarta, Tjokro Style Yogyakarta dan Grand Tjokro Klaten, menggelar *Travel Agent & Media Gathering Jawa Tengah & DIY*, mengayuh tema "Gayeng Bareng Tjokroers". Acara ini digelar pada 5-6 Maret 2016 di masing-masing hotel. Kegiatan ini diikuti oleh 80 peserta perwakilan dari *travel agent* dan pelaku pariwisata, antara lain ASITA, ASPPI dan PPW Jawa Tengah serta DIY.

Kegiatan hari kedua, 6 Maret 2016, dimulai dengan *Gayeng Zumba* di RHE-NEO Skyounge Lantai 11 Grand Tjokro Yogyakarta. Dilanjutkan sarapan bersama di Tjokro Restaurant sambil memperkenalkan menu *breakfast* lengkap yang disajikan. Rangkaian acara diakhiri dengan kunjungan ke Museum De Mata & De Arca untuk melihat satu dari banyak objek wisata di Yogyakarta yang berpotensi menjadi daya tarik wisata.

### 80 Wakil Agen Perjalanan Ramaikan Gathering Grand Tjokro

SLEMAN - Sebanyak 80 perwakilan dari agen-agen perjalanan dan media se-Jawa DIY mengikuti gathering yang digelar Manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia. Berlangsung dua hari (pala pekan) lalu, para peserta mendapat kesempatan mengunjungi hotel-hotel di bawah pengelolaan manajemen yakni Grand Tjokro Yogyakarta, Tjokro Style Yogyakarta, dan Grand Tjokro Klaten.

"Acara ini diikuti 80 peserta perwakilan dari *travel agent* dan insani pelaku pariwisata antara lain ASITA, ASPPI dan PPW Jawa Tengah DIY," jelas Fabiola Carla Puspi Siregar selaku Public Relations Executive Grand Tjokro Yogyakarta, kemarin.

Bertajuk *Gayeng Bareng Tjokroers*, acara dimulai pengenalan hotel beserta fasilitasnya, makan siang bersama dengan masakan khas dari Grand Tjokro Klaten disertai aktivitas *Team Building* dengan *games-games* seru yang makin menyenangkan acara gathering. Kemudian acara berlanjut perjalanan menuju Kota Jogja.

Dalam rangka acara selanjutnya Gala Dinner dengan tema *Pajamas Party* di Tjokro Style Yogyakarta. "Tujuan acara ini untuk memperkenalkan unit property hotel di bawah manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia di Jawa Tengah & DIY, selain menjalin hubungan baik dengan rekan-rekan *travel agent*, insan pelaku pariwisata dan media," tutur Carla.

"Kunjungan terakhir ini untuk melihat satu dari banyak sekali objek wisata di Yogyakarta yang berpotensi menjadi daya tarik wisata," tambah Carla (K15/22).

### Grand Tjokro Yogyakarta Nasi Bhutto



GRAND Tjokro Yogyakarta, menghadirkan kembali promo food & beverage unik dengan porsi menakjubkan yang dapat dinikmati 3 orang sekaligus. Hotel ber-

bintang empat di Jalan Gejayan Yogyakarta ini, meluncurkan kembali Nasi Goreng Buttho. Nasi Goreng Buttho dapat dinikmati di Grand Tjokro Yogyakarta Hotel dengan harga Rp 100.000 ++. Bagi yang masih kurang dengan porsi Buttho dan masih berani untuk menerima tantangan, Grand Tjokro Yogyakarta memiliki 'Buttho Battle' berupa free penambahan Nasi Goreng Buttho apabila dapat menghabiskannya sendiri dengan level kepedasan yang ditentukan. Informasi telp 081296334123.



GATHERING - Peserta gathering yang digelar 3 unit properti di bawah Manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia (Grand Tjokro Yogyakarta, Tjokro Style Yogyakarta, dan Grand Tjokro Klaten) saat penutupan acara di Museum De Mata dan De Arca.

### Travel Agent & Media "Gayeng" di Tjokroers

TIGA unit properti di bawah Manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia yakni Grand Tjokro Yogyakarta, Tjokro Style Yogyakarta, dan Grand Tjokro Klaten telah menggelar *Travel Agent & Media Gathering* dengan mengusung tema "Gayeng Bareng Tjokroers", 5 - 6 Maret 2016 lalu di masing-masing hotel. Acara ini diikuti oleh 80 peserta wakil dari media, *travel agent*, pelaku pariwisata (ASITA, ASPPI & PPW Jawa Tengah & DIY).

"Tujuan acara ini adalah untuk memperkenalkan unit property hotel di bawah manajemen Grand Tjokro Hotels Indonesia di Jawa Tengah dan DIY, sekaligus memperkuat jejaring kerjasama baik dengan media, *travel agent* maupun insan pelaku pariwisata di Jawa Tengah dan DIY," kata Fabiola Carla Puspi Siregar selaku Public Relations Executive Grand Tjokro Yogyakarta.

Pada 6 Maret kegiatannya adalah *Gayeng Zumba* di RHE-NEO Skyounge Grand Tjokro Yogyakarta serta *breakfast*. Rangkaian acara diakhiri dengan kunjungan ke Museum De Mata & De Arca. (Herlambang JL)

### Grand Tjokro Yogyakarta Nasi Bhutto



GRAND Tjokro Yogyakarta, menghadirkan kembali promo food & beverage unik dengan porsi menakjubkan yang dapat dinikmati 3 orang sekaligus. Hotel ber-

bintang empat di Jalan Gejayan Yogyakarta ini, meluncurkan kembali Nasi Goreng Buttho. Nasi Goreng Buttho dapat dinikmati di Grand Tjokro Yogyakarta Hotel dengan harga Rp 100.000 ++. Bagi yang masih kurang dengan porsi Buttho dan masih berani untuk menerima tantangan, Grand Tjokro Yogyakarta memiliki 'Buttho Battle' berupa free penambahan Nasi Goreng Buttho apabila dapat menghabiskannya sendiri dengan level kepedasan yang ditentukan. Informasi telp 081296334123.

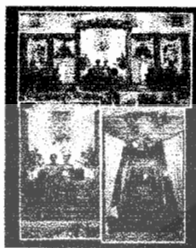
### Grand Tjokro Yogyakarta Nasi Bhutto



GRAND Tjokro Yogyakarta, menghadirkan kembali promo food & beverage unik dengan porsi menakjubkan yang dapat dinikmati 3 orang sekaligus. Hotel ber-

bintang empat di Jalan Gejayan Yogyakarta ini, meluncurkan kembali Nasi Goreng Buttho. Nasi Goreng Buttho dapat dinikmati di Grand Tjokro Yogyakarta Hotel dengan harga Rp 100.000 ++. Bagi yang masih kurang dengan porsi Buttho dan masih berani untuk menerima tantangan, Grand Tjokro Yogyakarta memiliki 'Buttho Battle' berupa free penambahan Nasi Goreng Buttho apabila dapat menghabiskannya sendiri dengan level kepedasan yang ditentukan. Informasi telp 081296334123.

## Grand Tjokro Yogyakarta Luncurkan Paket Akad Nikah & Wedding Anniversary



Paket Akad Nikah ini dibundel dengan harga mulai Rp 25 juta untuk 50-peserta undangan, beserta kelengkapan Paket ini sudah termasuk Akad Nikah Buffet, 2 food stall, sound lighting, complimentary room untuk 1 malam dengan VIP treatment, free SPA untuk couple, dan spesial rate untuk keluarga pengantin yang ingin menginap.

"Kami juga melayani pre-order sehingga tidak perlu khawatir untuk para tamu hotel ataupun para tamu undangan yang datang, kami kami sudah sangat siap dengan undangan paksi untuk kenyamanan para tamu," ujar Fahola Carla Puspa Siregar, PR Executive Grand Tjokro Yogyakarta.

Selain itu, Grand Tjokro Yogyakarta menyediakan Paket Wedding Anniversary dengan nominal pemesanan 50-peserta dengan harga Rp 25 juta per peserta. Benefit yang didapat antara lain Wedding Anniversary Buffet, 2 food stall, wedding cake, sparkling wine, sound lighting, complimentary room untuk 1 malam dengan VIP treatment, free SPA, dan spesial rate bagi keluarga yang menginap.

**H**otel Grand Tjokro Yogyakarta meluncurkan paket spesial Akad Nikah dan Wedding Anniversary untuk 2021. Berlokasi di Lantai Mezzanine, dengan kapasitas balaiwangi hingga 200 orang, serta fasilitas hotel bintang empat.

## Luncurkan Paket Wedding Anniversary



Grand Tjokro Yogyakarta meluncurkan paket spesial Wedding Anniversary untuk 2021. Berlokasi di Lantai Mezzanine, dengan kapasitas balaiwangi hingga 200 orang, serta fasilitas hotel bintang empat.

## Nasi Goreng Bhutto, Bayar Satu untuk Bertiga

**IND** Tjokro Yogyakarta menghadirkan kembali menu nasi goreng Bhutto yang sangat populer di kalangan wisatawan. Menu ini hadir kembali di Grand Tjokro Yogyakarta sebagai bagian dari upaya meningkatkan pariwisata Yogyakarta.



Selain itu, Grand Tjokro Yogyakarta menyediakan Paket Wedding Anniversary dengan nominal pemesanan 50-peserta dengan harga Rp 25 juta per peserta.

Tamu hanya perlu membayar satu porsi nasi goreng yang sudah dilengkapi dengan nasi goreng Bhutto, nasi goreng, dan nasi goreng lainnya.

Nasi Goreng Bhutto yang ini adalah nasi goreng yang dimasak dengan cara yang khas.

masih panas, dengan secerit sedikit lagi, agar nasi gorengnya semakin enak. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Berbagai varian nasi goreng disajikan dalam menu, termasuk Nasi Goreng Bhutto. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Bagi yang masih kurang, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Nasi Goreng Bhutto yang ini adalah nasi goreng yang dimasak dengan cara yang khas. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

## Ada Buta di Festival Nasi Goreng Grand Tjokro



**RAKSIYA** Nasi Goreng Bhutto menjadi menu unggulan The Grand Tjokro Yogyakarta dalam Festival Nasi Goreng yang disajikan sepanjang Februari. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

**WAS**, ada Buta di Festival Nasi Goreng Grand Tjokro Yogyakarta.

Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Nasi Goreng Bhutto yang ini adalah nasi goreng yang dimasak dengan cara yang khas. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

masih 3 orang sekaligus di Tjokro Restaurant dan RH:NEO Sky Lounge.

Menu ini unik, sekaligus hemat, tamu hanya perlu membayar satu porsi nasi goreng yang memiliki 4 varian rasa yakni nasi goreng Bhutto, nasi goreng lainnya.

Nasi Goreng Bhutto yang ini adalah nasi goreng yang dimasak dengan cara yang khas. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

untuk yang gemar memasak dan dapat mencoba nasi goreng sendiri, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Nasi Goreng Bhutto yang ini adalah nasi goreng yang dimasak dengan cara yang khas. Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.

Untuk menikmati hidangan ini, Grand Tjokro Yogyakarta menghadirkan Nasi Goreng Bhutto di lokasi yang strategis.



## Grand Tjokro Yogyakarta Gelar Blood Donation

MEMPERINGATI ulang tahun ke-3 pada 23 Maret 2016, Grand Tjokro Yogyakarta menyelenggarakan beberapa acara bagi internal, relasi, dan masyarakat umum. Di antaranya, hotel yang beralamat di Jalan Gejayan No 37 itu bersama Unit Transfusi Darah Pa-lang Merah Indonesia (PMI) menggelar aksi sosial *blood donation* pada 22 Maret 2016 pukul 09.00 hingga 13.00 di Mendut Meeting Room. Manajemen mengajak karyawan dan masyarakat berpartisipasi pada acara itu. Aksi sosial *blood donation* rutin digelar setiap ulang tahun sejak dua tahun lalu. "Tahun ini kami menargetkan minimal terkumpul 50 kantong darah. *Sister* hotel kami, yaitu Grand Tjokro Klaten dan Tjokro Style Yogyakarta dan manajemen juga ikut menyumbangkan darah," kata General Manager Grand Tjokro Yogyakarta Joko S Widyanto.

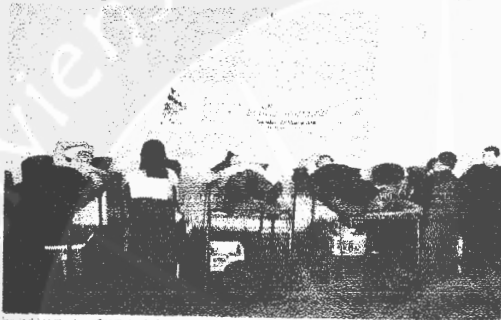


## Grand Tjokro Yogyakarta Gelar 'Blood Donation' di Ulang Tahun Ketiga



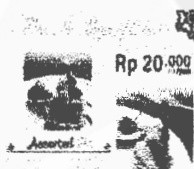
Ulang tahun ke-3 Grand Tjokro Yogyakarta merayakan beberapa acara internal, relasi, dan masyarakat umum. Di antaranya, hotel yang beralamat di Jalan Gejayan No 37 itu bersama Unit Transfusi Darah Pa-lang Merah Indonesia (PMI) menggelar aksi sosial *blood donation* pada 22 Maret 2016 pukul 09.00 hingga 13.00 di Mendut Meeting Room Grand Tjokro Yogyakarta. Manajemen mengajak karyawan dan masyarakat berpartisipasi pada acara itu. Aksi sosial *blood donation* rutin digelar setiap ulang tahun sejak dua tahun lalu. "Tahun ini kami menargetkan minimal terkumpul 50 kantong darah. *Sister* hotel kami, yaitu Grand Tjokro Klaten dan Tjokro Style Yogyakarta dan manajemen juga ikut menyumbangkan darah," kata General Manager Grand Tjokro Yogyakarta Joko S Widyanto.

## Ulang Tahun Gelar 'Blood Donation'



MEMPERINGATI ulang tahun ke-3 pada 23 Maret 2016, Grand Tjokro Yogyakarta menyelenggarakan beberapa acara bagi internal, relasi, dan masyarakat umum. Di antaranya, hotel yang beralamat di Jalan Gejayan No 37 itu bersama Unit Transfusi Darah Pa-lang Merah Indonesia (PMI) menggelar aksi sosial *blood donation* pada 22 Maret 2016 pukul 09.00 hingga 13.00 di Mendut Meeting Room. Manajemen mengajak karyawan dan masyarakat berpartisipasi pada acara itu. Aksi sosial *blood donation* rutin digelar setiap ulang tahun sejak dua tahun lalu. "Tahun ini kami menargetkan minimal terkumpul 50 kantong darah. *Sister* hotel kami, yaitu Grand Tjokro Klaten dan Tjokro Style Yogyakarta dan manajemen juga ikut menyumbangkan darah," kata General Manager Grand Tjokro Yogyakarta Joko S Widyanto.

## Grand Tjokro Yogyakarta Manisnya Assorted Pie di Batik Lounge



Rp 20.000

Grand Tjokro Yogyakarta tidak pernah puas dengan promo-promo yang telah sukses dilaksanakan. Hotel yang berada di Jalan Gejayan 37 Yogyakarta ini, terus memiliki ide baru untuk mem-

takan inovasi promo, terutama promo *food & beverage*. Promo menarik untuk F & B itulah yang menjadi daya tarik khusus bagi para tamu hotel. Banyaknya orang yang menyukai makanan manis memunculkan ide baru bagi Andri Santoso, Executive Sous Chef Grand Tjokro Yogyakarta. Chef Andri memperkenalkan promo terbaru khusus April hingga Mei, yaitu Assorted Pie 'For the Lover of Pie' yang disajikan dengan sangat unik dan manis. Assorted Pie ini terdiri atas enam jenis, yaitu Apple Pie, Pineapple Pie, Chocolate Pie, Fruit Pie, Egg Pie, dan Banana Pie. Dengan cita rasa khas pie dan penampilan yang sangat manis dipandang, tamu hanya perlu membayar Rp 20 ribuan untuk sebuah Assorted Pie yang manis. Tamu hotel dapat menikmati promo manisnya Assorted Pie ini sembari bersantai di Batik Lounge Grand Tjokro Yogyakarta.

# Lampiran Desain Promo



Wedding Anniversary Package

Rp 175.000,-

Anniversary Packages

Rp 7.500.000,-



**COFFEE**

only **20.000,-**

Espresso  
Machiato  
Ginger Latte  
Coffee Latte  
Iced Coffee  
Cappuccino  
Iced Cappuccino  
Fresh Brewed Coffee

Start from 8 am until 3 pm  
@Batik Lounge  
Grand Tjokro Yogyakarta

**Light Snack**  
only Rp 20.000 ++

Monday Mushroom Stroganoff	Tuesday Pasta Carbonara
Wednesday Pasta Bolognese	Thursday Seafood Fritter
Friday Steak Stroganoff	Saturday Steakhouse Set



**Weekly Event**

Monday Girls Night Out  
Tuesday Beer Attack  
Wednesday University Party  
Thursday Community Party  
Friday Spooky Night  
Saturday High Heels

**COFFEE**

only **20.000,-**

Espresso  
Machiato  
Ginger Latte  
Coffee Latte  
Iced Coffee  
Cappuccino  
Iced Cappuccino  
Fresh Brewed Coffee

Start from 8 am until 3 pm  
@Batik Lounge  
Grand Tjokro Yogyakarta

**Meeting**

FULLBOARD MEETING SINGLE (Room Single Meeting, Breakfast, Lunch, Dinner, 2x 1 Hr)	Rp 1.500.000
FULLBOARD MEETING TWIN (Room Twin Meeting, Breakfast, Lunch, Dinner, 2x 1 Hr)	Rp 1.000.000
HALFBOARD MEETING TWIN (Room Twin Meeting, Breakfast, Lunch, Dinner, 2x 1 Hr)	Rp 900.000
HALFBOARD MEETING SINGLE (Room Single Meeting, Breakfast, Lunch, Dinner, 2x 1 Hr)	Rp 1.400.000

LONGDAY MEETING (Room, Dinner, 2x 1 Hr) Rp 500.000  
 FULLDAY MEETING (Room, Dinner, 2x 1 Hr) Rp 400.000  
 HALFDAY MEETING (Room, Dinner, 1x 1 Hr) Rp 300.000  
 LUNCH Rp 150.000  
 DINNER Rp 200.000  
 COFFEE BREAK Rp 100.000

**Facilities :**  
 Meeting Room | Sound System + Mic  
 Flipchart / White Board + Boardmarker  
 Mineral Water + Candles | LCD + Screen  
 Memo Pad + Pencil | Free WiFi

6429100  
GRAND Tjokro



## SHOCKING RATE



Rp **475.000** nett/night



Include Breakfast for 2 person  
Wifi in All Hotel Area  
Valet Parking



Facilities:  
Swimming Pool  
Sky Lounge | Karaoke Room  
Spa and Fitness  
Restaurant and Bar

0274 6429100  
Reservation & Information

## SHOCKING RATE



Rp **480.000** ++/night



Include Breakfast for 2 person  
Wifi in All Hotel Area  
Valet Parking



Facilities:  
Swimming Pool  
Sky Lounge | Karaoke Room  
Spa and Fitness  
Restaurant and Bar

0274 6429100  
Reservation & Information



## April Trip!



Very special only  
Rp **488.888** nett  
per night per room

Include Breakfast for 2 person  
Wifi in All Hotel Area  
Valet Parking



Facilities:  
Swimming Pool  
Sky Lounge | Karaoke Room  
Spa and Fitness  
Restaurant and Bar

0274 6429100  
Reservation & Information

## Party Package

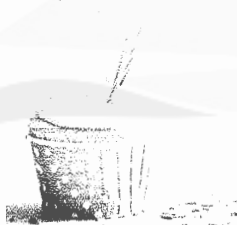


Kids Birthday

Adult Birthday

Rp **85.000** nett/pax

Rp **105.000** nett/pax



Facilities:  
Standard Stage | Standard Lighting  
Standard Sound System  
Lunch / Dinner Menu  
Complimentary Birthday Cake  
min. 50 pax



0274 6429100  
Reservation & Information



## Cooking Class



Rp **85.000** nett/pax



Benefit:  
Lunch / Dinner Set Menu  
Personalized Recipe  
Certificate | Souvenir T-shirt

Facilities:  
Cooking Demo | Making Bed  
Bartender Show | Hotel Tour

0274 6429100  
Reservation & Information



## Table Manner



Rp **95.000** ++/pax  
Minimum 50 pax



Benefit:  
Lunch / Dinner Set Menu  
Table Manner Handout  
Certificate  
Cooking Demo | Making Bed  
Bartender Show | Hotel Tour



0274 6429100  
Reservation & Information



## Lampiran Desain Greeting Cards





GRAND TJOKRO



Chandra Giring Kartini

Selamat Hari Kartini  
21 April 2016

Tingkatkan kualitas diri, jadikan ilmu pengetahuan sebagai senjata yang tak pernah pecah.

GRAND TJOKRO

GRAND TJOKRO

Kenaikan Yesus Kristus



GRAND TJOKRO



GRAND TJOKRO



Mrs. Irena Dewi Setiawan

We Wish You All The Best for Your Life



2016

GRAND TJOKRO

GRAND TJOKRO



Mrs. A. H. H.

We Wish You All The Best for Your Life



GRAND TJOKRO

GRAND TJOKRO

Happy Birthday

We Wish You All The Best for Your Life



Management Grand Indira Yogyakarta

Adhiana S. Haris  
Director of Operations



3

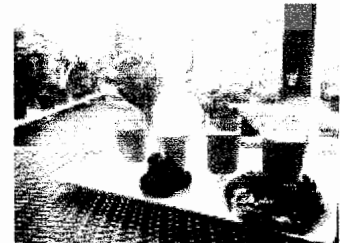
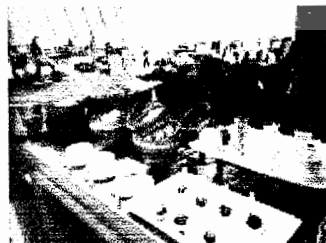
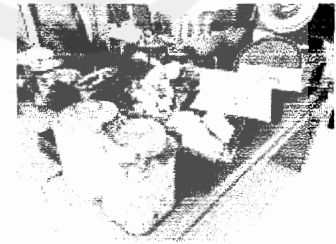
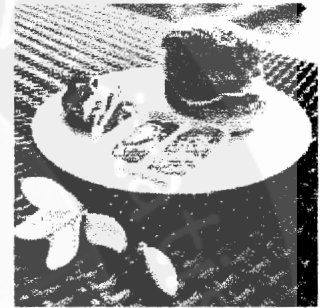
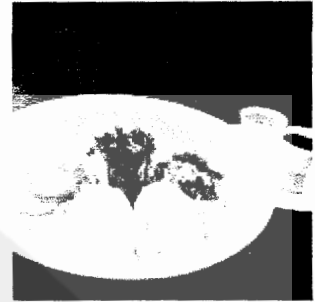
GRAND TJOKRO

Cordially invite you to join us for  
GRAND TJOKRO 3rd Anniversary Grand Launch Yogyakarta

Wednesday, March 24, 2016  
10:00 pm - 11:00 pm  
Grand TJOKRO Yogyakarta



## Lampiran Hasil *Photo Taking*



## Lampiran Foto Penulis

