

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil dan Sejarah Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta

Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta merupakan hotel dengan predikat bintang empat yang beralamat di Jalan Affandi No. 9, Soropadan, Gejayan, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berawal dari mimpi seorang anak berumur tiga tahun bernama Keisha, yaitu anak dari *Owner* Grand Keisha. Mimpi Keisha digambarkan dengan bentuk sebuah bangunan tinggi yang kini diberi nama sebagai hotel Grand Keisha, mimpi Keisha diwujudkan oleh kedua orangtuanya saat ia masih berumur sepuluh tahun. Bangunan Grand Keisha memiliki gambaran persis dengan bangunan hotel yang digambar oleh Keisha saat berumur tiga tahun (Grand Keisha, 2019).

Hotel Grand Keisha Yogyakarta masuk dalam Horison *Hotels Group* di bawah naungan Metropolitan Golden *Management* (MGM) yang bergerak di bidang manajemen hotel. Tergolong dalam hotel *Affiliate*, yaitu hotel yang bergabung di bawah naungan PT. Metropolitan Golden Management dengan fasilitas dan pelayanan setara dengan hotel bintang empat dan lima. Jika dilihat dari bangunannya hotel ini berkonsep kolonial, berwarna putih dengan pilar yang tinggi. *Tagline* hotel ini, yaitu “*Feel the Culture in-Style*” dengan mengangkat dan memperkenalkan budaya lokal dengan balutan modern. *Tagline* hotel ini didasarkan pada budaya lokal sehingga semua fasilitas hotel ini diberi nama-nama

dari budaya Jawa seperti nama batik dan nama bangsal yang ada di kraton Yogyakarta. Kelebihan dan ciri khas hotel ini adalah satu-satunya hotel di daerah Yogyakarta yang memiliki *sky lounge* bernuansa Turkish. Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Samantha Elisabeth Claudya, selaku *Public Relations* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta, bahwa:

“*Sky lounge* ini bernama *Ottoman Sky Lounge* berada di lantai sembilan dengan *tagline* “*The first sky lounge with Turkish ambience in Yogyakarta*”. Jumlah kamar hotel ini ada sebanyak 177 kamar dengan tiga jenis atau tipe kamar, yaitu *deluxe room*, *junior suite room* serta *executive room*”. (Wawancara dengan Informan 2, tanggal 31 Oktober 2019).

Hasil data primer wawancara peneliti dengan Informan 2 di atas, diketahui bahwa Hotel Grand Keisha memiliki 177 kamar dengan 3 jenis kamar, yaitu *deluxe room*, *junior suite room*, dan *executive room*. Grand Kiesha juga memiliki *sky lounge* bernama *ottonom sky lounge* dilantai 9 dengan *tagline* *The first lounge with Turkish ambience in Yogyakarta*.

### **1. Logo Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta memiliki logo yang digunakan sebagai logo perusahaan dan dijadikan sebagai Kop Surat resmi untuk keperluan administrasi surat.



**Gambar 2.1 Logo Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**  
(Sumber : Grand Keisha, 2019)

Gambar di atas merupakan Logo Hotel Grand Keisha by Horison. Logo tersebut identik dengan warna keemasan (*gold*) berbentuk bunga teratai memiliki arti bahwa kehidupan yang berlanjut diartikan sebagai keberadaan Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta harus terus berlanjut, sedangkan warna emas pada bunga teratai adalah warna yang ingin ditonjolkan Grand Keisha sebagai warna identitas hotel mewah dan *modern*. Dalam bunga teratai tersebut terdapat bentuk api menyala berwarna *orange* melambangkan Gunung Merapi dan kehangatan, di bawah bunga teratai terdapat lekukan-lekukan seperti gelombang air yang melambangkan pantai selatan.

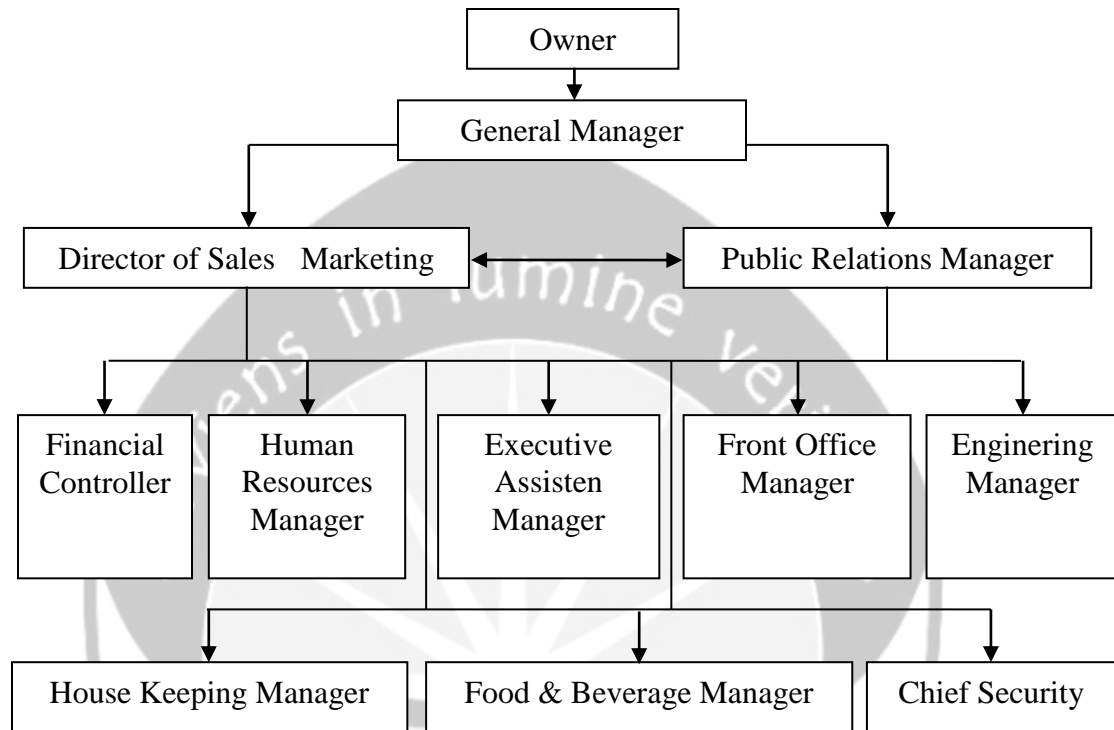
## **2. Visi dan Misi Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

Visi Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta adalah menjadi hotel yang terus mengangkat budaya lokal dengan balutan modern sesuai perkembangan zaman. Untuk mencapai visi tersebut diwujudkan ke dalam Misi yang dinamakan 6K, yaitu Keramahan, Kehormatan, Kecepatan, Kehangatan, Kepedulian dan Kejujuran (Grand Keisha, 2019).

## **3. Struktur Organisasi Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta dipimpin langsung oleh *Owner* (pemilik), dengan jumlah karyawan tetap sebanyak 99 karyawan mulai dari jajaran manajemen hingga bagian operasional. Di bawah *Owner* ada seorang *General Manager* (GM) sebagai wakil yang membawahi 9 *Head of Departement* (HOD) yang bertanggung jawab terhadap masing-masing

departemen yang ada. Berikut struktur organisasi Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta:



Gambar 2.2. **Struktur Organisasi Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**  
(Sumber : Grand Keisha, 2019)

Berdasarkan struktur organisasi di atas, diketahui bahwa Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta dipimpin oleh seorang *Owner* dan dibantu oleh *General Manager* sebagai wakil yang membawahi 10 Departemen kerja yang ada di Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta. Berikut masing-masing Deskripsi Kerja masing-masing bagian, sebagai berikut:

**b. Jobdes *General Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Membantu *Owner* dalam melaksanakan dan mengawasi seluruh kegiatan kerja perusahaan.

- 2) Mengelola perusahaan sesuai Visi dan Misi perusahaan.
- 3) Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran perusahaan.
- 4) Memastikan setiap Departemen melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal.
- 5) Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan *trend* pasar dan sumber daya yang dimiliki perusahaan.
- 6) Merencanakan dan mengeksekusi rencana strategis perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan.
- 7) Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan.

**c. Jobdes Public Relations Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Membangun hubungan baik dan melakukan kerja sama dengan media cetak maupun elektronik.
- 2) Menjalin kerja sama yang baik dengan pihak internal perusahaan dan eksternal (publik).
- 3) Membangun reputasi perusahaan.
- 4) Mempromosikan semua kegiatan dan fasilitas perusahaan melalui media cetak maupun elektronik.
- 5) Membalas surat *complain* dan *compliment*.
- 6) Menyusun dan mendistribusikan sajian berita (*news release, press release*) secara berkala melalui media cetak, elektronik dan media sosial perusahaan.

**d. Jobdes *Director of Sales and Marketing* Hotel Grand Keisha by Horison**

**Yogyakarta**

- 1) Melakukan perencanaan pemasaran (penjualan) produk dan jasa layanan perusahaan.
- 2) Membangun merek perusahaan.
- 3) Menganalisis produk dan layanan jasa perusahaan.
- 4) Membuat iklan dan menjalankan pemasaran (promosi) perusahaan.
- 5) Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis dan masyarakat.
- 6) Bertanggung jawab memasarkan produk perusahaan secara langsung.

**e. Jobdes *Financial Controller* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Mengelola semua operasi akuntansi termasuk Penagihan, Akuntansi Biaya, Akuntansi Persediaan dan Pengakuan Pendapatan.
- 2) Mengkoordinasikan dan mengarahkan penyusunan anggaran dan perkiraan keuangan serta laporan.
- 3) Mempersiapkan dan mempublikasikan laporan keuangan bulanan tepat waktu.
- 4) memastikan kontrol kualitas atas transaksi keuangan dan pelaporan keuangan.
- 5) Mengembangkan dan mendokumentasikan proses bisnis dan kebijakan akuntansi untuk mempertahankan dan memperkuat kontrol internal.
- 6) Membuat laporan bulanan dan tahunan untuk mengidentifikasi hasil, *trend*, dan perkiraan keuangan.

- 7) Mengelola arus kas dengan melacak transaksi dan secara teratur meninjau laporan internal.
- 8) Mengawasi dan mengelola staf Departemen keuangan, termasuk Akuntan dan Asisten Keuangan.
- 9) Memastikan semua transaksi keuangan dicatat, diarsipkan, dan dilaporkan dengan benar kepada pimpinan perusahaan.

**f. Jobdes *Human Resources Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Rekrutmen dan seleksi karyawan baru.
- 2) Pengembangan dan evaluasi karyawan.
- 3) Penyediaan kompensasi dan perlindungan karyawan.
- 4) Melakukan evaluasi kinerja karyawan dan melaporkan hasilnya kepada pimpinan perusahaan.

**g. Jobdes *Executive Assisten Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Menjalankan perintah yang disampaikan *General Manager* dan selanjutnya meneruskan kepada *Manager*.
- 2) Bertanggungjawab langsung kepada *General Manager*.
- 3) Menyampaikan laporan yang dibuat oleh para *Manager* kepada *General Manager*.
- 4) Mengambil alih tugas *General Manager* apabila sewaktu-waktu *General Manager* berhalangan.

**h. Jobdes *Front Office Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Bertanggungjawab terhadap semua aktivitas di *Front Office*.
- 2) Mengoptimalkan dan memaksimalkan *occupancy rate* hotel.
- 3) Membuat laporan kamar *check in* dan *check out*, dan reservasi.
- 4) Menjual kamar, tugas ini antara lain menerima pemesanan kamar, menangani tamu yang tanpa memesan kamar, melaksanakan pendaftaran, dan penentuan kamar tamu.
- 5) Memberikan informasi mengenai seluruh produk, fasilitas, pelayanan, dan aktivitas yang ada di hotel maupun di luar hotel.
- 6) Mengkoordinir pelayanan tamu, antara lain sebagai penghubung antara bagian-bagian di hotel menangani berbagai masalah dan keluhan tamu.
- 7) Menyusun laporan status kamar dan mengkoordinasikan penjualan kamar dengan bagian *house keeping*.
- 8) Mencatat, memeriksa pembayaran tamu serta menangani rekening tamu.
- 9) Menyusun riwayat kunjungan tamu antara lain melakukan pencatatan data-data individu untuk kunjungan berikutnya, dan menyelenggarakan arsip kartu riwayat kunjungan tamu.
- 10) Menangani telephone *switch board*, *telex*, dan telegram.

**i. Jobdes *Engineering Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Bertanggungjawab mengontrol dan mengawasi listrik (arus kuat) dan dapat digabungkan ke bidang pemantauan elektronik (aliran lemah).



- 2) Bertanggungjawab mengontrol dan merawat mesin *lift*, mesin *boiler*, mesin cuci, peralatan dapur dan peralatan mesin lainnya.
- 3) Bertanggungjawab terhadap bangunan fisik atau struktur atau eksterior maupun interior, termasuk pemeliharaan lukisan, *furniture polish*, dan saluran lantai.

**j. Jobdes *House Keeping Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Bertanggungjawab terhadap kebersihan seluruh *office* hotel.
- 2) Bertanggungjawab dan memastikan semua keperluan dan kebutuhan kebersihan di ruang makan, loker, parkir, *pool deck*, dan kolam renang.
- 3) Mendistribusikan setiap surat yang masuk ke Departmen yang bersangkutan dan mengirim surat-surat keluar.

**k. Jobdes *Food & Beverage Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Bertanggungjawab terhadap pengelolaan makanan dan minuman.
- 2) Membuat laporan pemakaian bahan baku/F&B *Cost*.
- 3) Menciptakan menu makanan dan minuman yang baru dan inovatif.

**l. Jobdes *Security Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

- 1) Bertanggungjawab terhadap keamanan hotel secara keseluruhan.
- 2) Bertanggungjawab mengawasi seluruh keamanan kendaraan dan fasilitas hotel.

Berdasarkan uraian *job descriptions* di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam struktur organisasi Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta telah ada pembagian tugas kepada masing-masing Departemen di bawah pengawasan seorang *General Manager*. Sehubungan dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam membentuk *brand awareness* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta, maka berikut ini peneliti menjabarkan deskripsi singkat tentang Divisi *Marketing Communications* yang menaungi *Public Relations* dan *Sales Marketing* dalam menjalankan komunikasi pemasaran perusahaan.

#### **B. Deskripsi Divisi *Marketing Communications* (*Public Relations* dan *Sales Marketing*) Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

Divisi *Marketing Communications* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta menaungi *Sales Marketing* dan *Public Relations* yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melaksanakan komunikasi pemasaran Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta. *Public Relations* dalam Struktur Organisasi Hotel Grand Keisha masuk dalam jajaran *Head of Director* dari sepuluh *Departement* yang ada dan membawahi *Desain Grafis*. *Public Relations* merupakan unit yang memiliki wewenang penuh dan bertanggung jawab dalam melaksanakan komunikasi, baik di internal Grand Keisha maupun menjalin komunikasi dengan publik luar. Dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Grand Keisha, *Public Relations* bekerja sama dengan *Sales Marketing*

untuk membangun hubungan komunikasi dengan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan cara membuat strategi pesan yang berhubungan dengan perusahaan seperti produk dan jasa yang ingin disampaikan melalui kegiatan pemasaran menggunakan saluran komunikasi pemasaran perusahaan. Tugas dan fungsi *Sales Marketing*, yaitu melaksanakan tugas pemasaran secara langsung maupun tidak langsung kepada publik dengan cara mengoperasikan dan menyebarkan informasi dan pesan yang sudah dibuat dan disusun *Public Relations*. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan *Sales Marketing* Grand Keisha, yaitu pemasaran langsung, menyusun iklan, melakukan promosi penjualan dengan memanfaatkan saluran komunikasi pemasaran yang dimiliki Hotel Grand Kesiha by Horison Yogyakarta (Grand Keisha, 2019).

### **C. Saluran Komunikasi Pemasaran Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

Berdasarkan hasil data primer wawancara peneliti dengan Ibu Samantha Elisabeth Claudya, selaku *Public Relations* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta, diketahui bahwa saluran komunikasi pemasaran yang dimiliki oleh Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta dalam membangun hubungan dengan para konsumen.

#### **1. Saluran Komunikasi Pemasaran melalui Website**

Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta memiliki *website* yang digunakan sebagai ruang publik berisikan informasi profil perusahaan, produk atau jasa, dan lain-lainnya. Konsumen atau publik bisa mengakses informasi

Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta disitus <http://www.grandkeishayogyakarta.com/>. *Website* ini juga sudah terintegrasi dengan beberapa *link* yang langsung menghubungkan dengan berbagai alternatif saluran komunikasi yang disediakan melalui media sosial dan e-mail.

## **2. Saluran Komunikasi Pemasaran melalui E-mail**

*Electronic mail* (e-mail) atau surat elektronik bersifat *private* dan biasanya digunakan untuk keperluan komunikasi dengan mitra bisnis dan konsumen. Tiap Departemen di Grand Keisha memiliki e-mail masing-masing sesuai dengan nama Departemennya dan terdapat cantuman nama perusahaan, yaitu Grand Keisha. Secara umum pihak Grand Keisha menggunakan e-mail untuk mengirimkan informasi penawaran produk atau jasa, penawaran *event* dan promo.

## **3. Saluran Komunikasi Pemasaran melalui Whatsapp**

Media Whatsapp disediakan Grand Keisha untuk keperluan komunikasi antar Departemen dalam lingkup internal serta komunikasi kepada beberapa *stakeholder* terkait penawaran kerja sama dalam *event-event*. Whatsapp juga digunakan untuk keperluan komunikasi pemasaran secara tidak langsung dengan konsumen yang bertujuan memberikan informasi produk/jasa lengkap dengan penjelasan secara detail kepada konsumen.

## **4. Saluran Komunikasi Pemasaran melalui Facebook**

Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta memiliki akun facebook dengan nama Grand Keisha Yogyakarta. Isi konten Facebook Grand Keisha

lebih banyak memuat tentang publikasi fasilitas, produk, jasa, dan *event*. Facebook Grand Keisha juga telah terintegrasi dengan saluran komunikasi Whatsapp dan Instagram Grand Grand Keisha.

## **5. Saluran Komunikasi Pemasaran melalui Instagram**

Jenis saluran komunikasi ini digunakan sebagai media publikasi dan promosi tentang fasilitas dan program kegiatan yang dilaksanakan Grand Keisha dengan nama akun @grandkeishayogyakarta. Selain itu melalui fitur *direct message* dan *instastory* Grand Keisha secara langsung melakukan komunikasi dengan publik serta menerima pesan dan unggahan publik berisikan tentang moment atau kegiatan yang dilakukan di Grand Keisha.

Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta memiliki beberapa saluran komunikasi. Sehubungan dengan saluran komunikasi yang dimiliki Grand Keisha tersebut, kemudian peneliti menanyakan, saluran komunikasi apa yang paling aktif digunakan Grand Keisha dalam menjalankan kegiatan komunikasi pemasaran. Terkait hal ini, Ibu Samantha Elisabeth Claudya, selaku *Public Relations* dan Ibu Dwi Ratna Sari, selaku *Director of Sales and Marketing* Grand Keisha menjelaskan bahwa Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta lebih sering aktif menggunakan saluran komunikasi *Website*, media sosial Instagram, Email, Whatsapp, dan saluran Telepon.

#### **D. Pemetaan Konsumen Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta**

Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta dalam menjalankan aktivitas komunikasi pemasaran memiliki kategori produk atau jasa berskala nasional yang ditawarkan kepada konsumen. Berikut pemetaan konsumen Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta berdasarkan kategori produk atau jasa:

1. *Hotel Guest*, meliputi semua konsumen yang sudah atau mau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan ataupun pihak yang baru ingin bertanya tentang produk dan jasa yang dimiliki Grand Keisha dalam skala kelompok besar, ataupun perorangan.
2. Pemerintah, meliputi pihak-pihak yang berkepentingan yang ingin melakukan kegiatan rapat, pelatihan, dan pertemuan penting. Hotel ini menyediakan paket khusus dalam bentuk kerja sama tahunan yang diberikan kepada pihak pemerintah dengan penawaran diskon khusus bagi pemerintah yang ingin melakukan kegiatan rutin bulanan dan tahunan.
3. *Company*, merupakan pihak-pihak yang berasal dari suatu perusahaan tertentu yang sudah terhubung sebagai mitra maupun belum. *Company* meliputi perusahaan-perusahaan yang diwakilkan secara individu maupun BUMN dan perusahaan swasta berdasarkan tingkatan nasional maupun lokal.
4. *Travel Agent*, merupakan badan usaha atau sekelompok orang yang menyediakan jasa-jasa yang berhubungan dengan perjalanan atau wisata. *Travel Agent* masuk dalam kelompok konsumen Grand Keisha karena pihak

*Travel Agent* dapat membantu menawarkan jasa atau produk Grand Keisha baik sebagai mitra kerja maupun sebagai konsumen.

5. *Online Travel Agent*, sama seperti *Travel Agent* pada umumnya hanya berbeda dalam praktiknya. *Online Travel Agent* merupakan perusahaan *Travel Agent* yang membuka atau memberikan layanan jasa berbasis digital atau online. *Online Travel Agent* termasuk dalam usaha transaksi meliputi pemesanan kamar hotel hingga pembayaran yang dilakukan secara online atau digital.
6. Media, merupakan pihak-pihak yang bekerja sama dengan Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta dalam peliputan berita, memasarkan dan melakukan kegiatan promosi berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan bersama antara pihak Grand Keisha dengan media cetak dan media elektronik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa pemetaan konsumen Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta terdiri dari hotel *guest*, pihak pemerintah, pihak perusahaan swasta, pihak *travel agent*, pihak *online travel agent*, dan pihak media cetak maupun media elektronik.

#### **E. Profil Informan Penelitian**

Berikut deskripsi singkat tentang informan penelitian yang peneliti libatkan dalam penelitian ini:

1. **Ibu AR. Atik Damarjati** (Informan Pertama)

Usia 49 tahun, lama kerja 2 tahun, jabatan *General Manager* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta. Pertimbangan peneliti melibatkan subjek

pertama dalam penelitian ini karena berdasarkan *job description* subjek ini memiliki tugas dan tanggung jawab dalam proses perencanaan komunikasi pemasaran perusahaan untuk mengelola perusahaan sesuai dengan Visi dan Misi perusahaan, memastikan setiap Departemen melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal, melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan *trend* pasar dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, merencanakan dan mengeksekusi rencana strategis perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan, memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan.

2. **Ibu Samantha Elisabeth Claudya** (Informan Kedua)

Usia 22 tahun, lama kerja 6 bulan, jabatan *Public Relations* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta. Pertimbangan peneliti melibatkan subjek kedua ini karena berdasarkan *job description* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk membangun hubungan baik dan melakukan kerja sama dengan media cetak maupun media elektronik, menjalin kerja sama yang baik dengan pihak internal perusahaan dan eksternal (publik), membangun reputasi perusahaan, mempromosikan semua kegiatan dan fasilitas perusahaan melalui media cetak maupun elektronik, membalas surat *complain* dan *compliment*, menyusun dan mendistribusikan sajian berita (*news release, press release*) secara berkala melalui media cetak, elektronik dan media sosial perusahaan.



### 3. Ibu Dwi Ratna Sari (Informan Ketiga)

Usia 41 tahun, lama kerja 1 tahun 6 bulan, jabatan *Director of Sales and Marketing* Hotel Grand Keisha by Horison Yogyakarta. Pertimbangan peneliti melibatkan subjek ketiga karena berdasarkan *job descriptions* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan perencanaan pemasaran (penjualan) produk dan jasa layanan perusahaan, membangun merek perusahaan, menganalisis produk dan layanan jasa perusahaan, membuat iklan dan menjalankan pemasaran (promosi) perusahaan, menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis dan masyarakat, bertanggung jawab memasarkan produk perusahaan secara langsung.