



INTISARI

Tujuan dari tugas akhir ini adalah mengenalkan profil Jogjakarta Plaza Hotel yang terdiri dari sejarah, penghargaan, fasilitas, visi, misi, logo, dan struktur organisasi yang ada di Jogjakarta Plaza Hotel. Selain itu penulis juga ingin mengetahui tentang persamaan peran hubungan masyarakat di Jogjakarta Plaza Hotel dengan teori, serta perbedaan peran yang tidak terdapat dalam teori yang disebutkan oleh para ahli dalam bidang Humas.

Penulisan Tugas Akhir ini sebagai lanjutan dari pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan yang dilaksanakan di Hotel Jogjakarta Plaza mulai tanggal 19 Januari 2015 sampai dengan 29 April 2015. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi dilakukan langsung dengan mengikuti program magang di Sales Marketing Department sebagai trainee public relation officer. Penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa karyawan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap. Untuk studi pustaka, penulis membaca beberapa buku dan beberapa artikel yang bersumber dari internet untuk informasi yang lebih lengkap.

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan informasi, Jogjakarta Plaza Hotel adalah hotel bintang 4 yang berdiri pada tanggal 10 Juli 1995 di Jogjakarta. Jogjakarta Plaza Hotel terletak di Affandi-Gejayan, Complex Colombo, Jogjakarta. Pada awalnya nama hotel tersebut adalah Radisson Yogya Plaza Hotel dibawah induk perusahaan Carlson Hospitality Worldwide. Hingga pada tanggal 1 April 2003 bergabung dengan Prime Plaza Hotel and Resort dan berganti nama menjadi Jogjakarta Plaza Hotel. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan dan perbandingan dengan studi pustaka, terdapat beberapa persamaan peran yang dilakukan oleh publik relation di Jogjakarta Plaza Hotel seperti peran sebagai penjaga hubungan, komunikator, penasehat, dan publisitas. Serta terdapat satu perbedaan peran yaitu peran sebagai penjual yang tidak disebutkan dalam teori menurut para ahli.

Kata kunci: hubungan masyarakat, peran, Jogjakarta Plaza Hotel



ABSTRACT

The purpose of this final paper is to introduce the profile of Jogjakarta Plaza Hotel which consists of history, awards, facilities, vision, mission, logo, and organization structure of Jogjakarta Plaza Hotel. Moreover, the writer wants to know about similarities and differences between theory and practice of public relation's roles in Jogjakarta Plaza Hotel, and also the different roles which are not mentioned by the experts.

The writing of this graduation paper is a continuation of internship program held from January 19 until April 29, 2015. The method which is used in collecting the data and information is conducted directly by following the internship program as a trainee of public relation officer in Sales Marketing Department. Also, the writer conducted interviews with some of staffs to get more complete information. For library research, the writer read some books and some articles from the internet for more information.

Based on the result data and information that have been collected, Jogjakarta Plaza Hotel is a four-star hotel which established on July 10, 1995 in Yogyakarta. Jogjakarta Plaza Hotel is located in Affandi-Gejayan, Complex Colombo, Yogyakarta. At the beginning, the name of the hotel was Radisson Yogya Plaza Hotel, which is under Carlson Hospitality Worldwide. On 1 April, 2003, the hotel joined Prime Plaza Hotel and Resort and changed the name into Jogjakarta Plaza Hotel. Based on the observation that has been done and the results of the comparison with theories, there are some similar roles implemented by public relation officer in Jogjakarta Plaza Hotel, such as; maintaining relationship role, communicator role, advisory role, and publicity role. However, there is one different role which is marketer role which is not mentioned by the experts.

Key words: public relation officer, role, Jogjakarta Plaza Hotel