

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari latar belakang munculnya kebijakan pemerintah melalui Surat Edaran Kemenpan RB Nomor 11 Tahun 2014 tentang pembatasan kegiatan pertemuan/rapat di luar kantor yang dilatarbelakangi oleh tingginya angka kerugian negara akibat inefisiensi biaya perjalanan dinas yang dilakukan oleh Aparatur Sipil Negara (ASN). Kebijakan ini mengakibatkan dampak kerugian bagi industri perhotelan di Indonesia, salah satunya yakni Hotel Inna Garuda Yogyakarta. Oleh karena itu, pihak hotel merasa perlu mengambil langkah strategis agar dapat tetap bertahan di tengah situasi yang tidak kondusif tersebut.

Dalam rangka pencapaian tujuan tersebut diperlukan keberadaan *Public Relations (PR)* dalam perusahaan. Keberadaan *public relations* sendiri akan efektif apabila *Public Relations (PR)* berkontribusi terhadap penyusunan strategi dan pembuatan kebijakan dalam perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk penyusunan dan pelaksanaan program aksi dan komunikasi dalam rangka memperoleh pemahaman dan penerimaan dari publik.

Adapun fokus pada penelitian ini adalah strategi *public relations* Hotel Inna Garuda dalam menanggulangi dampak kebijakan pemerintah tentang pembatasan kegiatan pertemuan/rapat di luar kantor bagi Aparatur Sipil Negara (ASN). Terkait dengan penyusunan strategi, maka tahapan strategi dalam penelitian ini akan diidentifikasi sesuai dengan konsep strategi PR oleh Ronald D. Smith yang disebut dengan *Nine Steps of Strategic Public Relations*. Sedangkan untuk melihat jenis-jenis strategi yang digunakan, peneliti akan mengelaborasi teori jenis-jenis strategi menurut Cutlip, Center, & Broom (1999) dan *Nine Steps of Strategic Public Relations* oleh Ronald D. Smith (2005).

Kata kunci: Kebijakan Kemenpan RB, strategi *public relations*, *Nine Steps of Strategic Public Relations*.

ABSTRACT

This study is started from the release of government policy in Kemenpan RB Circular Letter No. 11 of 2014 about restriction of meeting activities/conference aside the office that held by government employees which is based by the high number of state losses due to inefficiency of official travel conducted by government employees. This policy led to a loss impact for hotel industry in Indonesia, such as Inna Garuda Hotel Yogyakarta. Therefore, Inna Garuda Hotel Yogyakarta felt the need to take strategic steps in order to survive in the middle of that situation that affected the revenue of the hotel.

In order to achieve these objectives, Inna Garuda Hotel Yogyakarta requires the existence of Public Relations in the company. The existence of public relations will be effective if the Public Relations contribute to the preparation of the strategy and policy-making within the company that realized in the form of the preparation and implementation of programs of action and communication in order to gain understanding and acceptance from the public.

The focus of this study is a public relations strategy of Inna Garuda Hotel in overcoming the impact of government policy on restriction of meeting activities/conference aside the office that held by government employees. The strategy stage in this study will be identified in accordance with the concept of a public relations strategy by Ronald D. Smith called Nine Steps of Strategic Public Relations. And the researcher will elaborate the types of strategy's theory according to Cutlip, Center, & Broom (1999) and Nine Steps of Strategic Public Relations by Ronald D. Smith (2005).

Keywords: *Government policy, public relations strategy, Nine Steps of Strategic Public Relations.*