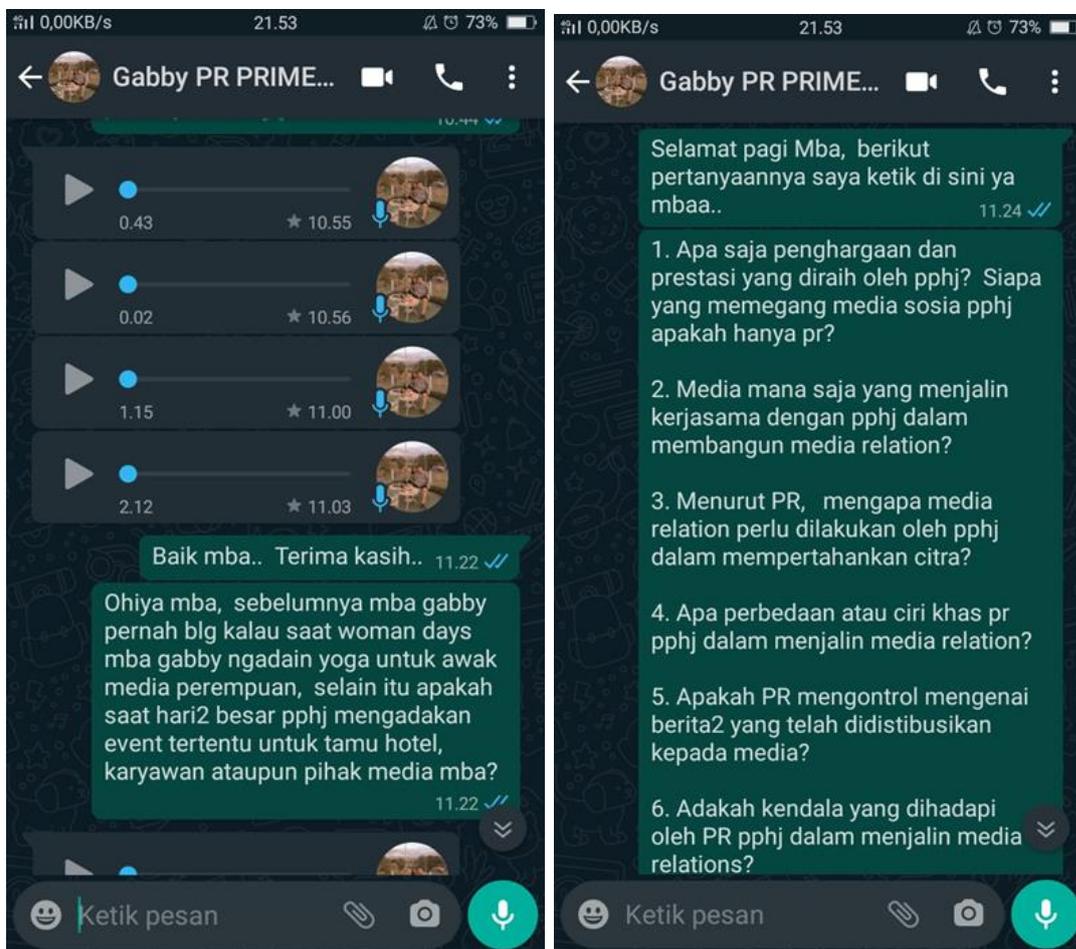


Lampiran

Lampiran 1. Dokumentasi

- a. Wawancara dengan Caroline Gabby Selaku PR PPHJ, via WhatsApp



b. Wawancara dengan pak.bambang selaku CSR, Radar Jogja





c. Wawancara dengan Mas.Rama selaku Marketing Komunikasi, Prambors Jogja





Lampiran 2. Interview Guide

1. Public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta

Informan : Caroline Gabby Amadea Prayogo

Bidang : Public Relations Officer Prime Plaza Hotel Jogjakarta

Keperluan : Wawancara dan observasi penggalian data

UMUM

1. Bagaimana awal berdirinya Prime Plaza Hotel Jogjakarta ?
2. Profil hotel, meliputi fasilitas dan kegiatan-kegiatan yang ada di Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
3. Bagaimana struktur organisasi di Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
4. Siapa yang memegang website dan sosial media Prime Plaza Hotel Jogjakarta? Apakah public relations?
5. Apa saja Penghargaan dan prestasi yang di raih oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta?

STRATEGI PUBLIC RELATIONS

1. Strategi apa yang digunakan Public Relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta selama ini dalam membentuk citra?

2. Citra Hotel seperti apa yang ingin dibangun oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
3. Demi tersebarnya informasi secara luas, bagaimana cara efektif public relations menyebarkan informasi-informasi tersebut?
4. Selain menggunakan tulisan dalam bentuk release, apakah public relations membuat siaran pers (audio visual) dalam mengemas dan mendistribusikan berita?
5. Pernahkan dalam pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan tidak sesuai dengan perencanaan?
6. Bagaimana Public Relations menjaga hubungan komunikasi dengan karyawan, masyarakat, pers dan pemerintah?
7. Apa saja Hambatan yang dialami Public Relations dalam mempertahankan citra baik hambatan internal maupun eksternal dalam pelaksanaan strategi?
8. Seberapa sering evaluasi dilakukan mengenai strategi yang sudah dijalani PR dan bagaimana cara evaluasi tersebut?

MEDIA RELATION

1. Apa strategi media relations yang dilakukan oleh public relations untuk mempertahankan citra?
2. Bagaimana kegiatan media relations yang dilakukan di Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
3. Mengapa media relations perlu dilakukan oleh public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
4. Ciri khas atau perbedaan public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta dalam menjalin media relations?
5. Media mana saja yang menjalin kerjasama dengan prime plaza hotel, apa bentuknya ?
6. Apakah public relations yang mendistribusikan release, surat, dan undangan kepada media?
7. Apakah public relations mengontrol mengenai berita-berita yang telah didistribusikan kepada media?
8. Adakah kendala yang dihadapi oleh public relations dalam menjalin media relations?
9. Apakah pernah ada miss-communication mengenai release,(informasi-informasi) yang dibagikan atau konferensi pers yang diadakan dengan media ?
10. Bagaimana Prime Plaza Hotel Jogjakarta menanggapi apabila terdapat berita-berita negatif di media?

2. Informan : Pak. Bambang Radar Jogja
Keperluan : Wawancara dan observasi penggalan data
Pertanyaan :

UMUM

1. Bagaimana pandangan anda mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta sebagai hotel bintang empat di DIY?
2. Apa bentuk kerja sama yang dilakukan Radar dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
3. Dalam kegiatan apa saja Radar diundang oleh Prime Plaza Hotel Jogjakarta? dan apakah yang mengundang adalah public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
4. Bagaimana pelayanan yang diberikan public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta kepada media, apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh Radar?

MEDIA RELATION

1. Apakah public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta memberikan informasi sesuai porsi yang dibutuhkan media?
2. Bagaimana kerja sama dalam media relations selama ini, apakah keuntungan dari kerja sama antara Prime Plaza Hotel Jogjakarta dengan Radar Jogja?
3. Adakah kendala atau sulitnya menjalin relasi dengan public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta?

4. Pemberitaan yang dilakukan oleh media, berdasarkan undangan atau press release?
5. Apakah public relations yang mendistribusikan release, surat, dan undangan kepada media?
6. Apakah Prime Plaza Hotel Jogjakarta pernah melakukan press tour (berkunjung ke kantor media), press luncheon (jamuan makan) dan Wartawan pers (media diminta mewancarai manajer) ketika ada event atau produk baru dari hotel?
7. Apakah pernah ada miss-communication mengenai release,(informasi-informasi) yang dibagikan atau konferensi pers yang diadakan Prime Plaza Hotel Jogjakarta dengan media?
8. Apakah public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta mengontrol mengenai berita-berita yang telah didistribusikan kepada media?
9. Media relations yang dilakukan Prime Plaza Hotel Jogjakarta salah satunya adalah saat womans day pihak hotel mengadakan event untuk awak media perempuan yaitu woman yoga, apakah Radar jogja pernah diundang untuk mengikuti kegiatan tersebut?
10. Bagaimana pandangan anda mengenai pentingnya menjalin media relations bagi perusahaan?

3. Informan : Mas.Rama Prambors FM Jogja
Keperluan : Wawancara dan observasi penggalan
Pertanyaan :

UMUM

1. Apa bentuk kerja sama yang dilakukan Prambors FM Jogja dengan Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
2. Bagaimana pandangan anda mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta sebagai hotel bintang empat di DIY?
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta kepada media, apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh Prambors?

4. Menurut Anda apakah radio menjadi media yang tepat untuk untuk penyebarluasan informasi kepada publik dalam hal mempromosikan hotel?

MEDIA RELATION

1. Bagaimana kerja sama dalam media relations selama ini, apakah keuntungan dari kerja sama antara Prime Plaza Hotel Jogjakarta dengan Prambors?
2. Promosi seperti apa yang dilakukan Prime Plaza Hotel Jogjakarta dalam memperkenalkan hotel ke masyarakat melalui radio?
3. Apakah public relations datang ke prambors dan dilakukan proses tanya jawab, atau prambors yang langsung mempromosikan mengenai Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
4. Apakah public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta memberikan informasi sesuai porsi yang dibutuhkan media?
5. Adakah kendala atau sulitnya menjalin relasi dengan public relations Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
6. Apakah Prime Plaza Hotel Jogjakarta pernah melakukan press tour (berkunjung ke kantor media) atau press luncheon (jamuan makan) ketika ada event atau produk baru dari hotel?
7. Adakah saran atau masukan guna peningkatan pelaksanaan media relations di Prime Plaza Hotel Jogjakarta?
8. Apakah pernah ada miss-communication mengenai informasi-informasi yang dibagikan Prime Plaza Hotel Jogjakarta dengan media?
9. Bagaimana pandangan anda mengenai pentingnya menjalin media relations bagi perusahaan?

Lampiran 3. Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

PRIME PLAZA HOTEL JOGJAKARTA, 12 OKTOBER 2020

Narasumber : Caroline Gabby (G)

Pewawancara : Felix (F)

F : Mba kalo untuk promosi-promosi selama ini itu sarana apa aja yang dipakai?

G : Kalo aku sebagai PRnya dalam mempromosikan memakai digital media kalo dulu kita gencar di koran cumakan sekarang cetak agak kurang ya, kalo aku paling gencar di sosmednya intstagram everyday aku harus posting terus juga new protocol kita tuh harus di publish untuk ngebrain wash orang kalo kamustay disinituh kamu bakalan safe.

F : Berarti buat ngekontrol itu semua mbanya gunain sosial media ya mba?

G : yess..

F : Terus mba, yang ngebuat strategi-strategi tetap berjalan selama ini di Pphj tuh apa aja?

G : Itu kita setiap hari ada promo, karena kita punya kirana healty club lalu ada GYM nah itu salah satu yang menyokong kita selama pandemic tapi hanya untuk member aja saat ini. Pool juga sebenarnya bisa untuk menyokong kita tapi masih horror kalo untuk open ke public saat ini. Paling itusih kaya member terus kamar juga masi sale terus traveloka itu kita masih sale.

F : Lalu ada nggak sih selama pandemic ini mbanya kerjasama sama media atau influencer atau yang lain?

G : Kalo media kita belum sih cuman yang kaya sent realase aja tapi kalo yang kaya collab tv shooting terus protocol kita di shoot kita memang belum. Karena dari pihak management mengurangi apalagi PRkan biasanya media visit ya, nah itu aku kaya yang di hold dulu untuk mealakukan itu. Jadi mengurangi intensitas keluar ataupun sebaliknya. Paling pake sent realase ajasih sama ke media-media, terus sosial media juga kaya youtube Instagram website pokoknya kita publikasikan.

F : Sempet kena WFH juga mba karyawan di PPHJ?

G : iya sempet kena selama 3 bulan, ini juga baru masuk sih kemarin dari bulan Juni terus baru masuk sekarang. Terus dari HRDnya juga ngetracking karyawanya juga biar safe pas berpergian jadi tau kemana aja

F : Kalo penurunan sendiri itu sampe berapa persen mba selama pandemic?

G : Wah sampe 70% sih kita turun kaya, jadi karyawan ada yang di cut kontraknya atau dikurangin kontraknya, untuk menyokong kita ya makanya diberlakukan kebijakan itu

F : Lalu ada nggak mba selama pandemic ya ngelakuin weeding?

G : Justru malah ramesih weedingnya kasarnya, pendapatan hotel sekarang di weeding karena hotel-hotel pada murah ya, karena motong kost lumayan jugakan selam weeding di saat pandemic ginii

TRANSKIP WAWANCARA

RADAR JOGJA, 10 FEBRUARI 2021

Narasumber : Pak. Bambang Sugiharto (B)

Pewawancara : Felix (F)

F : Menurut pandangan bapak Prime Plaza Hotel Jogjakarta sebagai hotel berbintang 4 itu gimana pak? Di bandingkan dengan hotel-hotel lain yang ada di DIY?

B : Untuk hotel prime plaza itu termasukgede istilahnyakan udah pemain lama di sinikan Mereka untuk tamu-tamunya dari luar negri apalagi luar jawa itu mudah untuk dating kesini, dari kementrian dinas-dinas mereka mengadakan meeting ke jogja itu kebanyakan ke prime plaza karena mudah dikenal gitu

F : oh gitu dibanding hotel bintang 4 yang lain lebih terkenal?

B : iya termasuk terkenal dibanding yang lain itu kalo pesaing yang lain kecuali hotel BUMN itulah keunggulannya prime plaza esensinya udah keluar selain jogjaa..

F : terus pak kalo misalnya Radar itu bentuk kerjasama apa aja sih pak yang dilakukan sama prime plaza?

- B : kalo saya di sini sama PRnya Prime Plaza itu saya bantu di publish, terus kalo untuk prime plaza ini jarang untuk barter voucher ya, jadi anatar release barter dengan voucher room misalnya jarang..
- F : Tapi lebih seringnya?
- B : Lebih seringnya fresh money atau mungkin ada seperti souvenir body back yang kadang- kadang kita free juga. Dan selain di relase kita juga iklan biasanya dan kalo iklan itu harus berbayar. Jadi kalo saya ada penawaran saya ke pphj dan pphj partisipasi ke radar itu dengan fresh money dan satu lagi selain kerjasama di relase ada kerjasama juga dipemasaran, pemasaran ini juga kalo pphj berlangganan di radar berapa exemplar misalnya sepuluh exemplar sehari itu kita ada bonus realasinya juga jadi mereka bisa realase lewat saya atau langsung ke pemasaran jadi ada dua jalur tapi kalo tidak berlangganan nggak ada bonusnya
- F : Terus kalo misalnya undangan gitu pak, mengundangnya langsung dari pihak prnya ke Radar atau gimana pak?
- B : Kalo ada undangan PRnya langsung dia share by WA untuk undangannya atau ada head copynya dikirim ke kantor
- F : Berarti kalo ada kegiatan di hotel pasti ngundang ya?
- B : Iya kita mau komunikasi cara manapun gimana undangannya pasti nyampe istilahnya ke nyampe radar
- F : Berarti kalo pelayanan dari PRnya Prime plaza ke pihak Radar itu, sudah sesuai belum pak? Sudah baikkah atau masih ada yang kurang atau gimana
- B : Kalau menurut saya pribahasa sudah cukup baik ya, mereka mengundang kita untuk misalnya launching menu baru kitakan disana pastinya akan disuruh mencicipi menu baru disana kita timbalbaliknya menikmati rasa menubarunya kemudian untuk diberitakan
- F : Kemudian selanjutnya pak, dari pihak hotel prima plaza, dia mau melakukan kaya promosi atau pemberian informasi ke pihak radar itu sudah sesuai porsinya belum pak? Atau kadang justru masih kurang infonya, untuk di kembangkan oleh pihak radarnya?
- B : Kita kapasitasnya lihat saja sesuai kemampuan radar aja secukupnya, dari pihak hotel misalnya minta csr di malioboro bersih-bersih malioboro minta di liput, ikut datang csr ikut Bersama mereka ada perwakilan dari kita untuk dokumentasi langsung atau kemungkinan ada tambahan dari mereka, tambahan masukan dokumentasinya bagusnya ini atau jenisnya atau penambahannya ini dari csrnya langsung
- F : Terus kalo kerjasama selama ini pak, ada keuntungan dari Radar selama bekerjasama dengan pihak Pphjnya?

- B : Keuntungan kita dari benefit, kita di fresh money. Kecuali ada press realase ada free ada bonus ada fee aja tapi hanya di publishkan, radar nggak dapat benefit, tapi mereka dapat di publishkan tapi itu perbandingannya 2:1lah jadi kadang mereka iklan ke kita satu kali kitapun realase satu kali
- F : Terus ada nggak kendala atau kesulitan selama menjalankan kerjasama sama pihak PPHJnya?
- B : Saya kira kalo saya sebagai contoh dengan mba gabbynya gimana ya, udah kaya temen sendiri gimana ya kita partner kerja dianggap temen sekolah jadi ngobrolnya udah enak gitu, besok ada acara mendadak misalnya gitu, kalo ada waktunya kita sempetin.berbeda dengan pr baru misalnya atau saya belum kenal ngundang csr, silahkan formalitas buat proposal dan tiga hari sebelum hari H atau seminggu sebelum lebih bagus kalo misalnya udah akrab, misalnya minta tolo minta tolong udah dianggap kaya adek kakak udah gampang.
- F : Berarti dari pihak PPHJnya kalo misalkan mau mengiklankan atau memberi informasi langsung dari pihak mba.Gabynya pak ya?
- B : Iya langsung Mbak Gabynya langsung, gabby kebelakangnya sampai ke GMkan dari mereka mauke bagian lain dari pphj urusan gabby
- F: Tapi kalo PPHJ pak,sering nggak ngadain press tour atau jamuan makan atau wartawan pers atau ada event-event atau ada promo-promo terbaru?
- B : Hanya setahun sekali karena mengeluarkan menu baru di bulan Ramadhan jadi selama Ramadhan itu apa aja yang mau di tampilkan nanti, kitakan diundang untuk tau menu terbarunya di bulan Ramadhan itu apa aja, dengan chefnya memperlihatkan masak kemudian menikmati apa yang disuguhkan untuk menu baru yang diluar keseharian.
- F : Lalu ada nggak sih pak misscommunication mengenai realese yang dibagikan oleh pihak PPHJnya atau pas lagi confrensipers?
- B : Sedikit kemungkinan untuk misscom karena kita ada realase dari gabby misalnya, lalu kita edit dari wartawan dan kita butuh approve dari gabby untuk mohon cek dan revisi untuk kemudian di publish. Tapi ituk kalo nggak urgent, kalo urgent apa yang kita tampilkan itu terserah nanti jadi mau nggak mau saya yang nulis, misalkan tulisannya banyak itu kita jadikan satu paragraph aja point-pointnya aja
- F : Oh brarti kalo PR PPHJnya mba.Gaby sendiri masih mengontrol berita-berita yang mau di realease ya pak ya?

- B : Iya dibikin karena dia udah tau porsinya yang mau ditampilkan seperti apa masih dikontrol oleh PR pphj, udah taulah porsinya diabikin seberapa apa intinya yang mau ditrampilan itu seperti apa, kalo dibahasa wartawan kita nggak banyak predikat intinya subjek objeknya jelas. Kita pake space itu tergantung mereka free atau berbayar. Kalo berbayar apapun yang mereka tulis itu bisa masuk kalo berbayar harus masuk kalo yang berbayar. Disitu dia mau nampilin foto ada beritanya kemudian ukurannya segimana yang dia tampilkan yang nggak perlu di edit bisa masuk tetapi bila minta di edit perlu approfe dan acc juga dengan pihak bersangkutan.
- F : Lalu ada event womens day mba gabby sendiri yang buat tapi udah agak lama sih, itu pas ngadain womens day itu cuman awak media untuk perempuan aja, pihak Radar di undang juga nggak pak?
- B : Kalo nggak salah itu untuk kirana clubnya atau memasarkan ke wanitanya untuk ke gym, tapi saya nggak dating waktu itu tapi tetep gaby ngasih realasinya jadi saya meneruskan point-pointnya kemudian saya kembangkan
- F : Terus menurut pandangan bapak dari perusahaan penting nggak sih menjalin media relation atau memiliki media relation?
- B : Media relation itu penting, marketing dan PRnya adalah ujung tombaknya dari perusahaan itu yang perlu diperbaiki hubungan marketing antar perusahaan satu dengan yang lainnya jadi, kalo saya media dengan hotel lain sama sama membutuhkan untuk PRnya dia membutuhkan publikasi ke media, media butuh benefit berita dan itu kita sama-sama ujung ketemunya PR sama sales itu pentingnya menjalin hubungan antara hotel dan media. Beda dengan hotel yang nggak punya PR dia punya sales, dia hanya menjual terus tapi nggak pernah publish atau beritain hotelnya. Tapi media nggak pernah tau tamunya laris tapi hotelnya nggakpermanah muncul diberita. Biasanya kalo hotel kaya gitu ocupansi telah terpenuhi ngapain publikasi hotel, nah kita yang ngedeketin dari pihak medianya yang ngedeketin, dia nggak punya pr buat memberitakan hotelnya kita deketin ke salesnya, salesnya nggak bisa ke GM. Biasanya kalo udah deket gitu langsung ke GMnya, GMnya nggak enak ke kita langsung kebawahnya kasih ke radar iklan, berita atau promosi.
- Kebetulan saya di sekertaris phri Jogjakarta jadi saya ikut untuk kegiatan phri, kegiatan yang kaya covid itukan kita ikuti tapi sayakan backgroundnya sekertaris, jadi tau keanggotaanya siapa-siapa aja nah untuk anggota itu kita ada semacam iuran pertahun jadi hotel-hotelitu nanti kalo kena kasus memakai uang tersebut dan kita dibantu dari phri tersebut tetapi kalo hotelkena kasus tapi bukan anggota kita nggak bantu. Kita nggak memaksakan hotel harus ikut itu nggak tapi ngalir aja dan ada pricenya tergantung rating hotel tersebut pphj ikut di phri Sleman dan ada region ber daerah

- F : Lalu pak, kalo Radar jogja sendiri dalam menerbitkan berita itu apakah memilih-milih atau nggak?
- B : Itu tergantung dari kedekatan pihak hotel dengan kita, nah jadi pphj sama the rich misalnya oh ini pphj lebih banyak budgetnya kesini selama 3bulan ini punya budget 6juta kesini realasinya kita duluan, kemudian yang jarang-jarang iklan kemudian minta realase nanti nunggu kalo ada space yang kosong terus kalo beritanya udah lewat atau kadaluarsa seminggu, itu udah nggak kita publish karena banyak realase dari hotel” yang fresh apalagi kalo lagi ada hari besar atau perayaan. Dan mereka nggak masalah karenakan bersifat free mereka dimuat beritanya syukur nggak juga nggak papa. Karena biasanya dia juga ngirim ke media KR karena KR punya kolom khusus untuk mengiklankan hotel dan pasti dimuat beritanya bayar 500ribu. Karena halaman yang kita punya terbatas jadi harus memilah milah. Jadi untuk presrealase yang free yang perhotelan itu kita dahulukan mana yang lebih dekat dengan kita.

TRANSKIP WAWANCARA

PRAMBORS JOGJA,

Narasumber : Rama Pratyakasan (R)

Pewawancara : Felix (F)

- F : Kira-kira bentuk kerjasama pihak PPHJ dengan pramborstuh apa aja mas?
- R : Kalo selama ini sih selalu dalam bentuk berbayar sih, artinya bukan berarti barter atau menjalin.. mungkin salah satunya menjalin hubungan baik seperti itusih, tapi tetep sama marketingku dia pengennya ada transaksinya jadi tetep bayar iklan seperti biasasih kalo dari pihak prime plazanyaa..
- F : Oh berarti pihak PPHJnya bayar ke Prambors untuk di iklanin?
- R : Iyaa betuu-betull...
- F : Berarti kaya promo-promonya gitu mas yang di iklanin?
- R : iyaa, biasanya ada promo makan. Promo buffet, promo room
- F : Kalo acara gitu pernah mas? Ngaajak kaya event natal ngadain acara di hotel itu atau Ramadhan?
- R : Ada, tapi tetep jatohnya ke iklan berbayar

- F : Lalu pandangan mas.rama sendiri gimana mas? Mengenai PPHJ Sebagai hotel berbintang 4 di jogja di banding hotel-hotel bintang 4 yang lainnya di jogja?
- R : Kalo aku ngeliat sih sama-sama ajasih nggak ada yang membedakan.
- F : Terus kalo dari PRnya sendiri mas ke pramborsnya itu sudah sesuai belum atitudenya dan etikanya dengan menjalin kerjasama dengan prambors?
- R : Iya standartnya temen-temen PR aja sih, dan semua hotel juga melakukan hal tersebut. Kaya semisal Prambors ulang tahun nih nah temen-temen PPHJ tuh dateng, kasih kue kasih ucapan
- F : Itu tanpa pemberian informasi atau undangan?
- R : Iya betul langsung dateng aja temen-temen dari PPHJ terus kita rekam terus kita naikin nahkan lumayan nama hotelnya naiktuh dapet iklan gratis gitusih mereka
- F : Terus menurut mas.rama radio masih jadi media yang tepat nggak sih mas buat penyebarluasan kepada public kaya misalnya promosi-promosi hotel?
- R : masih tepat, jadi hotelitukan ngincer wisatawan, wisatawan itukan kalo berkendara biasanya mobil dan orang dengerin radiokan di mobil kaya sekarang, udah jarang yang kaya dengerin di kostan atau dikamarkan. Wisatawan kalo mondar mandirkan naik mobil hiburannya selama di mobilkan radio jadi masih banget jadi sarana yang tepat untuk penyebarluasan atau media yang tepat.
- F : Lalu kerjasama selama ini apa nih keuntungan yang di dapet antara PPHJ sama Prambor Jogja?
- R : Sebatas income itu tadisih pendapatan income iklan berbayar itu selama ini bentuk kerjasama kita selalu itu sih, tidak kemudian full barter karena kalo sama PPHJ belum, walaupun beberapa hotel ada yang kaya aku bikin event terus minta kaya “Eh gua minta 20 pax makan siang dong buat pendengar kaula muda buat pendengar radio gua”, biasanya pihak hotel membolehkan “oke sini manadeh anak muda lo buat makan di hotel gue” gitu tapi kalo sama temen-temen PPHJ belum seperti itu.
- F : Tapi nanti hotelnya ngepay juga keprambors?
- R : Enggak, enggak tapi nanti hotelnya dapet promo dari eventnya ituu karenakan kita nyebutin hotelnya jadi nanti namanyakan naiktuuh gitu
- F : Kalo PR dari PPHJ mas, itu kalo minta tolong infoin atau iklanin ke prambors sudah sesuai belum sih mas mudah ditangkep?
- R : udah sesuai banget juga pas ngasih presrealase tuh udah sama harga juga terus iklannya apa aja detail kaya ada menu baru atau room baru udah pas banget
- F : Terus ada nggak mas kesulitan selama menjalin kerja sama sama pihak PPHJ?

- R : belum ada sih karena memang dari kita, maksudnya lebih enak chitchat kaya mau ngiklanin kita approve ke dia missal kaya ada yang kurang-kurang nanti dia nambahin terus baru acc terus iklanin. Kadang juga dari PRnya kalo ada anak baru suka dateng sih ngenalin terus ngobrol-ngobrol bentar ngomongin kerjasama atau apapun sih.
- F : Terus pihak PPHJ pernah melakukan press tour mas atau jamuan makan kaya ngundang prambors buat dateng ke event mereka?
- R : betul biasanya yang diundang temen-temen marketing tuh kalo kaya gitu, nanti barudeh gua nawarain lo mau nggak pasang iklan di gue kan lo ada menu barunih sekalian nawarin sih guanya
- F : Terus ada saran nggak dari mas rama untuk meningkatkan pelaksanaan atau kerjasama sama PPHJ?
- R : Kalo aku ngasih ide misalkan hotel-hotel ngincer wisatawan, mungkin bisa juga promonya ngincer di luar kota, ibartanya promo di surabaya jadi iklannya tuh arek suroboyo ada nih hotel pphj kalo mau nginep pas main ke jogja bisa nginep di pphjnih gitu,. Soalnya kadang aku suka bingungsih kok nih hotel sasarannya masih target local ya? Padahal dia ngincer wisatawan luar, yang lagi liburan keisni gitu
- F : Tadikan saran ya mas, kalo pandangan mas rama pentingnya menjalin hubungan media relation bagi perusahaan itu gimana mas?
- R : penting banget sih apalagi pas lagi pandemic gini, salah satu eksistensi kalo hotel-hoteltuh masih ngirim info-infonya ke kita via email kaya ada apa aja ya kegiatan bulan ini, jadi kalo ada kaya orang luar sekedar nanya hotel gua bisa jawab kaya yang pphjnih ada kegiatan ini loh walaupun masih pandemic coba lo cek aja gitu.. meskipun feedbacknya yaa nggak langsung yaa berasa tapikan tetep ada info-info yang diberikan.. tanpa harus diminta atau gua mintaa jadi pasti ngirimih sih

