



## ABSTRAK

Monica Adelia / 66120008 / 2017 / Perencanaan Program *Public Relations* Pada Hotel Intercontinental Jakarta MidPlaza / Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc.Sc.

Era persaingan bisnis yang sangat ketat ini membuat para pelaku usaha dituntut untuk dapat bersaing dan bertahan sehingga dibutuhkan kegiatan *Public Relations* yang matang. Intercontinental Jakarta MidPlaza sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa tugu membutuhkan kegiatan *Public Relations* yang terencana dan terarah untuk dapat mampu bersaing dengan para kompetitornya.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan teori *public relations* dan promosi sebagai landasan utama mengenai perencanaan program *Public Relations* Intercontinental Jakarta MidPlaza dan sebagai acuan pembahasan penelitian ini. Dalam membahas penelitian ini pun peneliti menggunakan konsep Frank Jefkins dalam mencari tahu tentang perencanaan program *Public Relations* Intercontinental Jakarta MidPlaza.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan program *Public Relations* Intercontinental Jakarta MidPlaza, pelaksanaan promosinya, serta kendala-kendala yang dihadapi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa Divisi *Public Relations* Intercontinental Jakarta MidPlaza dalam merencanakan promosinya turut menerapkan perencanaan program *Public Relations* dari konsep Frank Jefkins.

Dalam menjalankan kegiatan *Public Relations*, Intercontinental Jakarta MidPlaza juga kerap menemukan kendala yaitu kurangnya komunikasi antar departemen sehingga seringkali terjadi kesalahpahaman dalam pelaksanaannya. Kesimpulan yang diambil oleh penulis adalah Intercontinental Jakarta MidPlaza telah menerapkan konsep perencanaan Jefkins dan dalam melakukan kegiatan *Public Relations*, walaupun masih terdapat kendala yaitu kurangnya komunikasi antar departemen. Penulis menyarankan agar Intercontinental Jakarta MidPlaza menambahkan kegiatan periklanan yang berupa *below-the-line* dalam *Public Relations* serta menggalang hubungan antar karyawan agar komunikasi antar departemen lebih baik.

Kata kunci: Perencanaan Program *Public Relations*

## ABSTRACT

Monica Adelia / 66120008 / 2017 / *Public Relations Program Planning Of Intercontinental Jakarta MidPlaza* / Siti Meisyaroh, S.Sos.M.Soc.Sc.

All business industries have to prepare a good promotional strategy in order to survive and compete in this tough competitive business period. As one of company that is in service industry, Intercontinental Jakarta MidPlaza Hotel is required to plan an appropriate and good promotional strategy in order to stand out among its competitors.

In this study, researchers used the theory of Public Relations as the primary basis of the Public Relations Program Planning and as the basis for discussion of this study. In discussing this study was researchers used the concept in Frank Jefkins in finding out more about the Public Relations program planning Intercontinental Jakarta MidPlaza.

The propose of this research is to find out how to plan a Public Relations program for MidPlaza Intercontinental Hotel, execution of the plan and also to find out future threat and difficulties of the plan. The method that I use for this research is qualitative descriptive method.

In this research I found that public relationship department in MidPlaza Intercontinental has been using Frank Jefkins method in planning. The only difficulty that MidPlaza Intercontinental Hotel is facing in implementing their Public Relations activities is lack of communication with other departments and each sub- department in public relationship department.

In conclusion, Intercontinental Jakarta MidPlaza hotel has been implementing Jefkins method for their Public Relations planning a for their plan execution or Public Relations activities. As we found out that their main issue in their Public Relations activities is lack of communication in their internal department therefore one of the solution for this issue is to "implement" below the line" advertising activity in their Public Relations strategy and also to develop a better relationship in their internal department.

**Keywords:** Public Relation Program Planning, Process