

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PENCILS ASTON KARTIKA

GROGOL HOTEL & CONFERENCE CENTER DI MASA PANDEMI

COVID-19

Oleh :

Nama : Lichya Apriliana

NIM : 69180320

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Marketing Communication*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PENCILS ASTON KARTIKA GROGOL HOTEL & CONFERENCE CENTER DI MASA PANDEMI COVID-19

Diajukan oleh :

Nama : Lichya Apriliana

NIM : 69180320

Jakarta, 21 April 2022

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,

(Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc.Sc.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2022



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Lichya Apriliana / 69180320 / 2022 / Strategi Public Relations PENCILS Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center Di Masa Pandemi Covid-19 / Siti Meisyaroh S.Sos, M.Soc.Sc

Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center merupakan salah satu hotel berbintang dan terpercaya di kota Jakarta Barat yang terkena dampak pandemi Covid-19. Yang juga berdampak pada tingkat penurunan wisatawan di kota Jakarta. Oleh karena itu, diperlukan Strategi untuk mempromosikan Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center agar masyarakat semakin mengenal hotel. Melihat kondisi kompetitif yang semakin hari semakin sulit, Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center membutuhkan kerja keras dari Public Relations untuk mengoptimalkan peran dan fungsinya dalam usahanya membantu kegiatan pemasaran dan menarik minat pengunjung.

Penelitian ini menggunakan strategi *Public Relations* PENCILS pandemi Covid-19. Dengan menggunakan strategi PENCILS yaitu (*Publications, event, news, Community Involvement, Inform or image, lobbying and negotiating, social responsibility*) PENCILS merupakan bauran Public Relations yang digagas oleh dua pakar pemasaran yaitu Philip Kotler dengan Megan Marketing dan Thomas L. Harris dengan Marketing Public Relations. Strategi ini dapat mendukung promosi tak langsung hotel agar pendapatan hotel kembali normal.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Penelitian tentang dampak bagi hotel. Penelitian kualitatif peneliti dengan menggali data sedalam-dalamnya seperti mewawancarai narasumber yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Public Relations* sangat berperan penting dalam mempromosikan Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center kepada masyarakat luas dengan menggunakan strategi PENCILS. Dan hal yang dapat disarankan ialah bahwa ada baiknya jika Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center menempatkan Public Relations sebagai unit tersendiri, bukan dibawah Department Sales & Marketing agar Public Relations lebih fokus akan tugas, tanggung jawab, dan fungsi dari Public Relations itu sendiri.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Strategi yang digunakan oleh Public Relations Aston Kartika Grogol & Conference Center menggunakan teori PENCILS yang berpengaruh positif dalam mengembalikan keadaan hotel menjadi normal kembali dan ramai dikunjungi masyarakat serta wisatawan.

Kata Kunci: Covid 19, Hotel, Public Relations.

ABSTRACT

Lichya Apriliana / 69180320 / PENCILS Public Relations Strategy Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center During the Covid-19 Pandemic/ Advisor : Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc.Sc

Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center is one of the most trusted and trusted five-star hotels in West Jakarta which has been affected by the Covid-19 pandemic. Which also has an impact on the level of decline in tourists in the city of Jakarta. Therefore, a strategy is needed to promote Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center so that people are more familiar with the hotel. Seeing the increasingly difficult competitive conditions, Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center requires hard work from Public Relations to optimize its role and function in its efforts to assist marketing activities and attract visitors.

This study uses the PENCILS Public Relations strategy for the Covid-19 pandemic. By using the PENCILS strategy (Publications, events, news, Community Involvement, Inform or image lobbying and negotiating, social responsibility) PENCILS is a Public Relations mix initiated by two marketing experts, namely Philip Kotler with Megamarketing and Thomas L. Harris with Marketing Public. Relations. This strategy can support indirect hotel promotions so that hotel revenues return to normal.

The research method used is descriptive qualitative. Explaining a phenomenon in depth by means of collecting data as deeply as possible, which shows the importance of depth and detail of the data being studied. Research on the impact on hotels. Qualitative research researchers by digging the data as deep as possible interviewing the relevant sources.

The results of this study indicate that Public Relations plays an important role in promoting Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center to the wider community using the PENCILS strategy. not under the Sales & Marketing Department so that Public Relations is more focused on the duties, responsibilities, and functions of Public Relations itself.

The conclusion of this study is that the strategy used by Public Relations Aston Kartika Grogol & Conference Center uses the PENCILS theory which has a positive effect on returning the hotel to normal again and is crowded with people and tourists.

Keywords: Covid 19, Hotel, Public Relations



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta tepat waktu. Skripsi ini berjudul “Strategi Public Relations PENCILS Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center di masa Pandemi Covid-19”. Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat dibuat dan diselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, petunjuk, dan doa dari semua pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya kepada penulis selama melaksanakan riset dan pembuatan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga besar penulis yang selama ini telah memberikan doa, dukungan kepada penulis, baik moril maupun materil dalam seluruh aspek kehidupan penulis.
2. Bapak Dr. Imam Nuraryo, S. Sos., MA. (Comms) selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Ibu Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan bimbingan, saran, bantuan selama pembuatan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang telah turut memberi ilmu, teladan dan mengajarkan berbagai hal kepada peneliti selama perkuliahan.
5. Bapak Bambang Wijanarko selaku General Manager dari Aston Kartika





Grogol Hotel & Conference Center yang bersedia memberikan izin melakukan

penelitian pada *Public Relations* hotel.

6. Ibu Shafana Zanubia selaku *Public Relations* dan Ibu Monika Sitorus selaku *Senior Sales Manager* Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center yang bersedia berbagi informasi dan memberikan data yang diperlukan peneliti dalam penelitian ini.

7. Yokulies Sirait, Oktavia Gisella, Evelyn Victoria, Tania Sunadi, Ahmad Paisal, dan Hosea Inzaghi yang selalu memberikan semangat, arahan dan dukungan untuk penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah bersama-sama berjuang sejak awal perkuliahan hingga saat ini.

Sebagai penutup, penulis juga menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, pada kesempatan ini juga penulis berniat untuk meminta maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Penulis sangat menghargai saran dan kritik dari semua pihak agar di kemudian hari skripsi ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 21 April 2022

Lichya Apriliana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI



ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Identifikasi Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teoritis	10
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Penelitian	31
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Subjek Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Jenis Data	34

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Teknik Analisis Data	38

C

BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	41
B. Analisis	45
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan	57

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	74
-----------------------	-----------

Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Industri yang terdampak Covid-19.....	4
Gambar 2.1 Strategi pemasaran 4P	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel	43
Gambar 4.2 Bangunan Hotel	44
Gambar 4.3 Instagram dan Website resmi Hotel	58
Gambar 4.4 Perayaan HUT DKI Jakarta	59
Gambar 4.5 Perayaan 17 Agustus Hotel	60
Gambar 4.6 <i>Press Release</i> Hotel	61
Gambar 4.7 Grand Opening Festival UMKM Bazar	62
Gambar 4.8 <i>Partnership</i> Hotel dengan <i>Influencer</i>	64
Gambar 4.9 <i>Mom and Kids</i> diadakan di Hotel	65
Gambar 4.10 Kegiatan Senam bersama Komunitas ibu-ibu	66

© Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
Tabel 1 Penelitian-penelitian Terdahulu.....	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Wawancara	74
Lampiran 2: Surat Keterangan Wawancara	80
Lampiran 3: Surat Pengantar Skripsi	81

© Hak Cipta milik IBI BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.