



Lampiran 1

TRANSKRIP WAWANCARA 1

Nama Informan : Monika Sitorus

Usia : 30

Jenis kelamin : Perempuan

Profesi : Senior Sales Manager Aston Kartika Grogol Hotel & Conference Center

Lama menekuni profesi : 10 bulan

Lokasi wawancara: Media whatsapp.

Selamat siang Bapak/ibu. Nama saya Lichya Apriliana. Saya mahasiswi dari kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang "STRATEGI PUBLIC RELATIONS ASTON KARTIKA GROGOL HOTEL & CONFERENCE CENTER DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI COVID-19". Mohon ketersediaan Bapak/Ibu menjawab Terima kasih.

1. P: Siang bu monik, sebelumnya terimakasih banyak bu telah dikasih kesempatan untuk wawancara. Langsung saja ya Bu, Pertanyaan pertama berapa lama ibu menjabat sebagai senior sales marketing di Aston kartika Grogol hotel & conference center?

J: Siang Lichya, Saya sudah menjabat sebagai senior sales manager selama 6 bulan, dimulai dari juni 2021.

2. P: Baik bu monik, mengenai judul skripsi saya tentang strategi Public Relations Aston Kartika Grogol hotel & conference center dalam meningkatkan jumlah pengunjung di masa pandemi Covid-19, saya sudah mewawancarai Ibu Shafana Zanubia sebagai Public Relations. Dan apa benar kegiatan Public Relations dan promosi hotel Aston dilakukan bersama dengan departemen sales & marketing Bu?

J : iya benar.

© Hak cipta dimiliki IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi skripsi tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk keperluan belajar, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



3. P : Lalu, apa tujuan apa yang ingin di capai dari kegiatan promosi yang dilakukan public Relations dan sales Aston kartika Grogol ini Bu?

J : Tujuan dari promosi yang dilakukan adalah untuk lebih mengenalkan kepada pangsa pasar produk2 yang kita jual demi tercapainya revenue yang maksimal

4. P : Lalu apakah ada kegiatan atau langkah yang dilakukan sebelum Public Relations dan sales Aston Kartika Grogol melakukan promosi?

J : Kegiatan yang dilakukan sebelum melakukan promosi adalah menganalisa dulu apakah promosi yang kita lakukan memiliki pasar. Kemudian menganalisa bagaimana cara supaya promosi yang di lakukan bisa tersampaikan dengan baik kepada tamu-tamu.

5. P : Bagaimana dengan anggaran apakah dengan melakukan kegiatan Public Relations dan promosinya, departemen sales & marketing menyesuaikan dengan anggaran yang ditetapkan perusahaan?

J : Iya bener. Departemen sales & marketing punya budget (anggaran) untuk melakukan promosi. Biasanya kita menyesuaikan kegiatan sesuai dgn anggaran bulanan.

6. P : Bagaimana Aston kartika Grogol hotel & conference center mengiklankan kegiatan Public Relations dan promosinya Bu?

J : Kegiatan Public Relations maupun promosi dilakukan dengan blasting di sosial media (cth instagram,tiktok, facebook, dll) kemudian bisa juga melalui blasting via wa maupun email ke tamu2 dan juga lewat brosur yg di cetak untuk di bagikan ke tamu-tamu.

7. P : Baik bu, apakah setelah melakukan iklan dan promosi Departemen sales & marketing melakukan evaluasi?

J : Pastinya.. biasanya 7 hari setelah kita melakukan iklan kita akan check sudah terjual berapa dan kalau ternyata msh jauh dari yg di diharapkan kita akan evaluasi lagi kekurangannya



dimana. Apakah berdasarkan harga atau berdasarkan dari produk/fasilitas yg kita jual.

8. P: Apakah ada beberapa promo yang dilakukan oleh sales marketing departement sepanjang tahun 2021 Bu dan bisa tolong ibu jelaskan salah satu promo dengan detail,yang tujuannya meningkatkan jumlah pengunjung di masa pandemi Covid-19 Bu?

J: Ada, promo work from hotel, menginap selama 3 hari 2 malam sudah termasuk makan pagi siang dan malam.

9. P: Bagaimana dengan sales call, Apakah Aston kartika Grogol hotel juga melakukan sales call ? Tolong dijelaskan mengenai sales call ini Bu?

J: Pastinya harus salescall. Salescall sangat2 berpengaruh terhadap revenue hotel. Kita bisa visit tamu ga selalu harus karena akan ada eventnya. Tapi juga semata2 untuk menjalin hubungan baik dengan tamu. Supaya tamu ingat saat mereka akan ada kegiatan, hotel kita bisa jadi salah satu referensi untuk kegiatan mereka.

10. P: Dan pertanyaan terakhir, Bagaimana cara menghadapi kendala untuk sales call ini Bu?

J: Biasanya kendala salescall adalah kita harus buat janji dulu dengan tamu yang akan di visit. Kalau kita belum mengenal tamu ini sebelumnya maka kita bisa minta kontak tamu dari teman2 sales hotel lain dan bikin janji temu. Tapi kalau tidak ada jawaban jg dari tamunya mungkin kita bisa meminta bantuan lewat teman kita yg sdh kenal dgn tamu tersebut.

11. P: Baik bu Monik, makasih banyak atas jawabannya Mohon maaf jika ada kekurangan selama wawancara,Jika ada pertanyaan yang kurang nanti boleh lichya tanyakan kembali ya kak, terimakasih banyak sebelumnya.

J : Dengan senang hati, sukses ya.



TRANSKRIP WAWANCARA 2

Nama Informan : Shafana Zanubia

Usia : 26 Tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Profesi : Public Relations

Lama menekuni profesi : 10 bulan

Lokasi wawancara: Media Whatsapp

Tanggal : 20-7-2021

Selamat siang Bapak/Ibu. Nama saya Lichya Apriliana Saya mahasiswi dari kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang “STRATEGI PUBLIC RELATIONS ASTON KARTIKA GROGOL HOTEL & CONFERENCE CENTER DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI COVID 19”. Mohon ketersediaan Bapak/Ibu menjawab Terima kasih.

1. P : Siang kak bia, sebelumnya makasih banyak kak telah dikasih kesempatan untuk wawancara. Pertanyaan pertama berapa lama kakak menjabat sebagai Public Relations di Hotel Aston kartika Grogol?

J : 10 bulan

2. P : Selama kakak menjadi public Relations di hotel Aston, strategi public Relations apa saja yang kakak buat di tahun 2021?

J : Campaign breakfasting, halal bihalal, independence day, christmas, and new years, Giveaway, hotel anniversary, hari pahlawan.

3. P : Dan apakah ada program khusus untuk meningkatkan jumlah pengunjung hotel di masa pandemi Covid-19 ini kak?

J : Membuat promo promo seperti promo wfh, atau promo long stay 7 hari.



4. P : Baik kak, Pertanyaan terakhir untuk wawancara pertama ini, sepanjang tahun 2021 ini kak sudah membuat banyak program seperti promo tadi ya kak. Nah apakah program itu mendapatkan tanggapan positif dari konsumen atau tamu hotel kak?

J : Se jauh ini positif tapi harus effort untuk advertisingnya.

5. P : Dan siapa saja pihak yang terlibat dalam pembuatan program untuk meningkatkan jumlah pengunjung hotel Aston Kartika Grogol kak?

J : Sales & marketing, Restaurant & Banquet Manager, dan Front Office team.

6. P : Bagaimana respon pengunjung terhadap program khusus atau strategi public Relations yang dilakukan hotel di masa pandemi Covid-19 kak?

J : Respon pengujung sudah cukup baik dan percaya bahwa hotel melakukan program yang memang sejalan dengan aturan pemerintah mengenai pandemi ini.

7. P : Apakah strategi public Relations yang dibuat sudah berhasil untuk meningkatkan jumlah pengunjung di hotel?

J : Bisa dikatakan berhasil namun belum terlalu signifikan, berhasil untuk kamar tapi belum terlalu 100% untuk tamu meeting. Namun Public Relations terus berusaha untuk mendapatkan kepercayaan public dengan membuat strategi publikasi.

8. P : Apakah hotel melakukan strategi dalam bentuk publikasi contohnya menggunakan media sosial Instagram untuk promosi dan website dan dalam bentuk apa saja publikasi tersebut?

J : Social media, atau media digital tentunya berperan penting dalam melakukan publikasi selama pandemi, maka dari itu semua publikasi dimaksimalkan di semua channel digital hotel.

9. P : Event apa saja yang pernah diadakan di hotel selama tahun 2021 ?



J : Untuk online event kita mengadakan instagram live bersama influencer, internal chef dan how to make good coffee, untuk offline kami mengadakan pameran UMKM.

10. P : Bagaimana cara hotel untuk meningkatkan loyalitas dan citra hotel agar ramai dikunjungi saat masa pandemi Covid-19?

J : Dengan mempromosikan dan membuat TVC protokol kesehatan.

11. P : Apakah sebagai public Relations Aston Kartika Grogol kakak pernah melakukan negosiasi dan partnership, jika pernah bagaimana contohnya dan dengan siapa?

J : Tentu saja pernah karena salah satu job desc dari PR adalah Partnership. Partnership dilakukan oleh pihak hotel dengan pihak ke 2 dan harus sama sama menguntungkan, contohnya partnership dengan banking, airlines, mau pun F&B platform seperti lakupon, traveloka eats, dsb

12. P : Apakah ada contoh press release yang pernah kakak buat?

J : Setiap bulan kami selalu membuat press release dengan berbagai konten dan salah satunya adalah konten promosi.

13. P : baik ka bia, terimakasih atas jawabannya kak Mohon maaf jika ada kekurangan selama wawancara, Jika ada pertanyaan yang kurang nanti boleh lychia tanyakan kembali ya kak, terimakasih banyak sebelumnya.

J : Ok lychia, sukses ya skripsinya.

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.