

INTISARI

Laporan ini bertujuan untuk mengamati bagaimana penerapan *customer experience* pada *Junior Check – In* di Shangri-La Hotel Surabaya dengan menggunakan lima indikator *strategic experience modules* yaitu *sense, feel, think, act, dan relate*. *Junior Check – In* di Shangri-La Hotel Surabaya merupakan program untuk keluarga yang memiliki anak – anak usia 5 sampai 12 tahun. Program ini dibuat untuk menjadikan Shangri-La Hotel Surabaya tidak hanya sebagai hotel yang berorientasi *business hotel* namun juga *family – friendly hotel* dengan menggandeng anak – anak untuk berpartisipasi dalam kegiatan program ini. *Junior Check – In* menjadi sebuah diferensiasi dari Shangri-La Hotel Surabaya untuk menciptakan pengalaman pelanggan atau *customer experience*. *Customer experience* merupakan hal yang sangat penting untuk diwujudkan karena dengan adanya *customer experience* ini menjadi salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh tiap perusahaan.

Laporan Kerja Lapangan disusun dengan cara melakukan praktek kerja lapangan di Shangri-La Hotel Surabaya yang terletak di Jalan Mayjend Sungkono 120 Surabaya. Praktik kerja lapangan dilakukan selama 6 bulan pada bagian *Guest Relation Officer (GRO)*. Pengamatan selama melakukan aktivitas kerja lapangan akan digunakan untuk membahas lebih dalam mengenai penerapan *customer experience* pada *Junior Check – In* di Shangri-La Hotel Surabaya

Berdasarkan pengamatan serta pengalaman selama melakukan praktik kerja lapangan, diketahui bahwa *customer experience* di Shangri-La Hotel Surabaya telah memenuhi seluruh indikator yang dituang dalam teori *customer experience*. Masalah-masalah masih sedikit ditemukan, sehingga perlu dilakukan perbaikan dan rekomendasi.

Kata Kunci : *Guest Relation Officer (GRO), Customer Experience, Junior Check – In , Shangri-La Hotel Surabaya*

ABSTRACT

This report aims to observe how the implementation of customer experience at Junior Check - In Shangri - La Hotel Surabaya by using five indicators of strategic experience modules namely sense, feel, think, act, and relate. Junior Check - In Shangri-La Hotel Surabaya becomes a program to target families with children aged 5 to 12 years. The program is designed to make Shangri-La Hotel Surabaya not only a business-oriented hotel but also a family-friendly hotel by holding children to participate in this program's activities. Junior Check - In becomes a differentiation from Shangri - La Hotel Surabaya to create a customer experience. Customer experience is very important to be realized because with the existence of this customer experience become one form of marketing strategy undertaken by each company.

The Field Work Report is prepared by doing field work practice at Shangri-La Hotel Surabaya located at Jalan Mayjend Sungkono 120, Surabaya. The Field Work Practice is conducted for 6 months on the Guest Relation Officer (GRO) section. Observations during field work activities will be used to discuss more deeply for the implementation of customer experience at Junior Check - In at Shangri - La Hotel Surabaya.

Based on observation and experience during field work practice, it is known that customer experience at Shangri-La Hotel Surabaya has fulfilled all the indicators that poured in customer experience theory. Problems are still small, so improvements and recommendations are needed.

Keywords : Guest Relation Officer (GRO), Customer Experience, Junior Check – In, Shangri-La Hotel Surabaya