

**STRATEGI *PUBLIC RELATION*  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*  
ASTON BATAM HOTEL *AND RESIDENCE***

**SKRIPSI**



Oleh :  
**Ika Putri Rahmayani**  
191110077

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**STRATEGI *PUBLIC RELATION*  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*  
ASTON BATAM HOTEL *AND RESIDENCE***

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :  
Ika Putri Rahmayani  
191110077**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda-tangan di bawah ini saya :

Nama : Ika Putri Rahmayani  
NPM : 191110077  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat dengan judul:

***Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image Aston Batam Hotel and Residence.***

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengathuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur plagiasi, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benar nya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 26 Januari 2023



Ika Putri Rahmayani  
191110077

**STRATEGI *PUBLIC RELATION*  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*  
ASTON BATAM HOTEL *AND RESIDENCE***

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Ika Putri Rahmayani  
191110077**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 27 Januari 2023**



**Ageng Rara Cindoswari S.P., M.Si  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan strategi *public relation* Aston Batam Hotel *and Residence* dalam memperbaiki *brand image* perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan jenis penelitian eksploratif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara kepada Public Relation Aston Batam Hotel *and Residence*. Uji validitas menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Public Relation* Aston Batam Hotel *and Residence* dalam memperbaiki brand image sudah berjalan dengan metode yang selama ini digunakan dan sudah sesuai dengan perencanaan, namun metode yang digunakan seringkali tidak menuntaskan komplek dari para tamu sehingga menyebabkan perusahaan kehilangan bisnis dikarenakan setelah terjadinya komplek, beberapa tamu tidak Kembali lagi untuk berniat menggunakan Aston Batam Hotel *and Residence* sebagai hotel pilihannya. Dalam penelitian ini, peneliti ini mengeksplor metode lain yang layak atau memungkinkan untuk digunakan sehingga cara untuk menghadapi komplek dari tamu akan lebih efektif.

Keyword : Hotel, Strategi, *Public Relation*, *Brand Image*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam; Dr. Nur Elfi Husda . S.kom M.Si
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora; Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi; Ageng Rara Cindoswari S.P., M.Si
4. Ibu Ageng Rara Cindoswari S.P., M.Si selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Pembimbing Akademik; Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom.
7. Bapak Rahmansyah dan Ibu Neni Maryani selaku orangtua penulis yang telah menjadi acuan untuk lebih giat dan semangat.
8. Shinta Ayu Rahmayani, Radja Adiansyah, Satria Adiansyah selaku adik penulis yang telah menjadi acuan untuk lebih giat dan semangat.
9. Sahabat dan rekan-rekan sejawat.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 26 Januari 2023



Ika Putri Rahmayani

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	11
1.3. Rumusan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian .....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian dan Konsep Komunikasi Organisasi.....	14
2.1.1. Pengertian Komunikasi Organisasi.....	14
2.1.2. Fungsi, Tujuan dan Ciri Organisasi .....	18
2.1.3. Pola Komunikasi Organisasi.....	19
2.1.4. Faktor Dukungan dan Hambatan dalam Komunikasi Organisasi.....	22
2.2. Konsep <i>Public Relations and Brand Image</i> .....	28
2.2.1. <i>Theory Excellence in Public Relation</i> .....	30
2.2.2. Faktor-Faktor Keberhasilan <i>Brand Image</i> .....	33
2.2.3. Strategi Komunikasi <i>Public Relation</i> .....	34
2.2.4. Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi.....	35
2.3. Penelitian Terdahulu .....	38
2.4. Kerangka Pemikiran .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	58
3.1.1. Penelitian Eksploratif.....	58
3.1.2. Sasaran Penelitian Eksploratif .....	59
3.2. Obyek Penelitian.....	60
3.3. Subyek Penelitian .....	61
3.3.1. Informan .....	61
3.3.2. Responden.....	62
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.4.1. Observasi .....	63
3.4.2. Wawancara .....	64
3.4.3. Analisis Dokumens.....	66
3.5. Metode Analisis .....	68
3.6. Uji Kredibilitas Data.....	71
3.6.1. Uji Credibility.....	71

3.6.2. Uji Transferability.....	73
3.6.3. Uji Dependability dan Conformability .....	74
3.7. Waktu Penelitian.....	75

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Profil Obyek Penelitian.....	76
4.1.1. Gambaran Umum Aston Batam Hotel <i>and Residence</i> .....	76
4.2. Hasil Penelitian.....	82
4.3. Pembahasan .....	90
4.3.1. Penerapan <i>Excellence Communication</i> dalam Strategi <i>Public Relations</i> untuk meningkatkan <i>Brand Image</i> Aston Batam Hotel <i>and Residence</i> . ...	91
4.3.2. Faktor-faktor pendukung untuk peningkatan <i>Brand Image</i> Aston Batam Hotel <i>and Residence</i> . .....	95
4.3.3. Formulasi strategi untuk meningkatkan <i>Brand Image</i> .....	98

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	102
5.2. Saran .....	104

#### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **Lampiran**

Lampiran 1: Pendukung Penelitian

Lampiran 2: Riwayat Hidup

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2017-2021.....	2
<b>Gambar 1.2</b> Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara ke Indonesia 2017-2021	3
<b>Gambar 1.3</b> Jumlah Hotel di Indonesia Berdasarkan Klasifikasi Bintang 2021 .	5
<b>Gambar 1.4</b> Jumlah Hotel Bintang 2019-2021 di Provinsi Kepulauan Riau.....	6
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	57
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi Aston Batam Hotel <i>and Residence</i> .....	78

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Kontribusi Sektor Usaha Terhadap PDB.....	1
<b>Tabel 2.1</b> Karakteristik Penerapan Empat <i>Teori Excellence in Public Relation</i> ...	32
<b>Tabel 2.2</b> Penelitian Terdahulu.....	48
<b>Tabel 3.1</b> Daftar Informan.....	62
<b>Tabel 3.2</b> Daftar Responden.....	63
<b>Tabel 3.3</b> Tahapan Observasi .....	64
<b>Tabel 3.4</b> Jadwal Wawancara .....	65
<b>Tabel 3.5</b> Tahap Kegiatan Analisis Dokumen.....	67
<b>Tabel 3.6</b> Langkah-langkah mereduksi data.....	70
<b>Tabel 3.7</b> Langkah Pada Uji Kredibilitas Penelitian .....	73
<b>Tabel 3.8</b> Jadwal Penelitian.....	75
<b>Tabel 3.1</b> Data Komparasi Penjualan Kamar .....	82
<b>Tabel 4.1</b> Contoh Komplen di Aplikasi <i>Review-Pro</i> .....	85