

**STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF HOTEL
SWISS-BELL HARBOUR BAY DI KOTA BATAM
PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



Oleh :

Febby Sofian

201110007

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

2024

**STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF HOTEL
SWISS-BELL HARBOUR BAY DI DI KOTA BATAM
PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

memperoleh gelar Sarjana



Oleh:

Febby Sofian

201110007

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

2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Febby Sofian

NPM : 201110007

Fakultas : Ilmu sosial dan Humaniora

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “skripsi” yang saya buat dengan judul:

Strategi Public Relation Dalam Mempertahankan Citra Positif Hotel Swiss-Belll Harbour Bay di Kota Batam Pasca Pandemi Covid-19

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

Apabila ternyata di dalam naskah proposal penelitian ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun
Batam, 17 Januari 2024



Febby Sofian

201110007

**STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF HOTEL
SWISS-BELL HARBOUR BAY DI KOTA BATAM
PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

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

Oleh:

Febby Sofian

201110007

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 17 Januari 2024



Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom.

Pembimbing

ABSTRAK

Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam merupakan salah satu hotel yang pernah mengalami dampak dari pandemi covid-19 yang melanda. Penelitian ini memiliki dua tujuan yakni untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh public relation dalam mempertahankan citra positif Hotel Swiss-Bell Harbour Bay di Kota Batam pasca pandemi covid 19 dan faktor penghambat serta faktor pendukung public relations dalam mempertahankan citra positif Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, observasi, dan studi literatur. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data Miles dan Huberman. Pada penelitian ini menggunakan teori strategi public relations menurut Cutlip, Center, dan Broom. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Public Relation adalah dengan memaksimal penggunaan teknologi dalam beroperasional, rutin melakukan analisis pasar, *event*, CSR, serta strategi utama yang selalu diterapkan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dan berkualitas. Faktor-faktor yang menjadi penghambat Public Relations Hotel Swiss-Bell Harbour Bay dalam menjalankan strategi mempertahankan citra positif hotel pasca pandemi covid-19 adalah turnover karyawan dan sedikitnya jumlah tamu asing yang berkunjung, sedangkan untuk faktor-faktor yang menjadi pendukung yaitu menciptakan environment atau lingkungan kantor yang menyenangkan, mouth to mouth marketing, dan melakukan kerja sama dengan hotel lain.

Kata kunci: Strategi, Public Relation, Hotel Swiss-Bell Harbour Bay, Citra Positif, Pasca Pandemi Covid-19.

ABSTRACT

Swiss-Bell Harbor Bay Hotel Batam is one of the hotels that has experienced the impact of the Covid-19 pandemic that hit. This research has two objectives, namely to find out the strategies carried out by public relations in maintaining the positive image of the Swiss-Bell Harbor Bay Hotel in Batam City after the Covid-19 pandemic and the inhibiting and supporting factors for public relations in maintaining the positive image of the Swiss-Bell Harbor Bay Hotel Batam. . This research uses qualitative methods, with descriptive research type. Data collection techniques use interviews, documentation, observation and literature study. The data analysis method used is the Miles and Huberman data analysis method. This research uses the theory of public relations strategy according to Cutlip, Center, and Broom. The research results show that the strategy carried out by Public Relations is to maximize the use of technology in operations, routinely carry out market analysis, event, CSR, and the main strategy that is always implemented is to provide the best and quality service. The factors that hinder Swiss-Bell Harbor Bay Hotel Public Relations in carrying out the strategy of maintaining the hotel's positive image after the Covid-19 pandemic are employee turnover and the small number of foreign guests visiting, while the supporting factors are creating an environment. a pleasant office, word of mouth marketing, and collaborating with other hotels.

Keywords: Strategy, Public Relation, Swiss-Bell Harbour Bay Hotel, Positive Image, Post Covid-19 Pandemic.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

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

1. Ibu Dr. Nur. Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam;
4. Bapak Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan *Staf* Universitas Putera Batam;
6. Ibu Rita, Ferline Sofian, Friska Sofian, dan Cris Pakpahan selaku orang tua, kakak, dan abang penulis yang selalu memberikan doa, dukungan baik moril maupun materiil, dan menjadi acuan bagi penulis untuk senantiasa giat dan semangat dalam perkuliahan;
7. Nicholaas Natanael, *partner* saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini;
8. Sahabat dan rekan-rekan sejawat.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 17 Januari 2023



Febby Sofian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITASiii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAKv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBARx
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Fokus Penelitian.....	10
1.3.Rumusan Masalah.....	11
1.4.Tujuan Penelitian	11
1.5.Manfaat Penelitian	11
1.5.1. Aspek teoritis (keilmuan).....	11
1.5.2. Aspek praktis (guna laksana).....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoritis	13
2.1.1. Tinjauan Strategi PR.....	13
2.1.1.1. Definisi Strategi	13
2.1.1.2. Definisi Public Relation.....	14
2.1.1.3. Strategi Public Relation	12
2.1.1.4. Teori 4 Tahapan Public Relation	24
2.1.2. Tinjauan Citra	25
2.1.2.1. Definisi Citra.....	25
2.1.2.2. Proses Pembentukan Citra	27

2.1.2.3. Pembentukan Citra Positif	29
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Konseptual.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	54
3.1.1. Metode Pendekatan Penelitian.....	55
3.2. Objek Penelitian.....	56
3.3. Subjek Penelitian	56
3.3.1. Informan.....	56
3.3.2. <i>Key Informan</i>	57
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5. Metode Analisis	58
3.6. Uji Kredibilitas Data	58
3.6.1. Uji Credibility	58
3.6.2. Uji Transferability.....	59
3.6.3. Uji Confirmability.....	60
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	60
3.7.1. Lokasi Penelitian.....	60
3.7.2. Jadwal Penelitian	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam	62
4.1.1 Visi dan Misi Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam	65
4.1.2 Struktur Organisasi Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam.....	66
4.2 Hasil Penelitian	66
4.3 Pembahasan	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	107
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Pengunjung Swiss-BelHotel Harbour Bay Batam	6
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	53
Gambar 4.1 Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam.....	62
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam	66
Gambar 4.3 Bentuk QR Code Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam	76
Gambar 4.4 Tampilan Sosial Media Hotel Swiss-Bell Harbour Bay Batam	79
Gambar 4.5 Contoh <i>giveaway</i> yang dilakukan.....	82
Gambar 4.6 Fitur Poling IG Story	93
Gambar 4.7 Event bulanan serta promo menarik di hari <i>valentine</i>	95
Gambar 4.8 Event bulanan serta promo menarik hotel	96

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	61