

SKRIPSI

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* ARTOTEL SURABAYA DALAM MENKOMUNIKASIKAN *CORPORATE IDENTITY* KEPADA PUBLIK EKSTERNAL



Disusun oleh:

Josephine Paramewary Pontoh

1423014055

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2018

SKRIPSI

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* ARTOTEL SURABAYA DALAM MENKOMUNIKASIKAN *CORPORATE IDENTITY* KEPADA PUBLIK EKSTERNAL

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala**



Disusun oleh:

Josephine Paramecwary Pontoh

1423014055

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Josephine Paramecwary Pontoh

NRP : 1423014055

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* ARTOTEL SURABAYA DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN *CORPORATE IDENTITY* KEPADA PUBLIK
EKSTERNAL

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasimaka saya rela gelar kesarjanaan saya dicabut.

Surabay, 23 Januari 2018

Penulis



Josephine Paramecwary Pontoh

NRP. 1423014055

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* ARTOTEL SURABAYA DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN *CORPORATE IDENTITY* KEPADA
PUBLIK EKSTERNAL**

Oleh:

Josephine Paramecwary Pontoh

NRP. 1423014055

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan P.H, S.Sos., M.I.Kom. ()
NIK. 142.10.0651

Pembimbing II : Anastasia Yuni W., S.Sos., M. Med.Kom. ()
NIK. 142.09.0634

Surabaya, 08 Januari 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : Jumat, 19 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Noveina Silviyani Dugis., S.Sos.,MA. ()
NIK. 142.11.0708
2. Sekretaris: Anastasia Yuni W., S.Sos., M. Med.Kom. ()
NIK. 142.09.0634
3. Anggota : Theresia Intan P.H, S.Sos., M.I.Kom. ()
NIK. 142.10.0651
4. Anggota : Brigitta Revia S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom. ()
NIK. 142.15.0849

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Josephine Paramewary Pontoh

NRP : 1423014055

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* ARTOTEL SURABAYA
DALAM MENKOMUNIKASIKAN *CORPORATE*
IDENTITY KEPADA PUBLIK EKSTERNAL**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Januari 2018

Yang menyatakan



Josephine Paramewary Pontoh

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi dengan judul *Strategi Public Relations ARTOTEL Surabaya dalam mengkomunikasikan corporate identity* melalui pihak eksternal ini secara khusus penulis persembahkan untuk Tuhan Yesus dan kedua orang tua yang telah senantiasa memberikan semangat dan memberi dukungan moral maupun materil, para dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu dan waktu, serta para sahabat yang selalu memberi motivasi dalam proses menempuh perkuliahan semester akhir.

Surabaya, 22 Januari 2018

Josephine Paramecwary Pontoh
Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Strategi Public Relations ARTOTEL Surabaya dalam Mengkomunikasikan Corporate Identity* kepada Publik Eksternal. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan skripsi ini berisikan penelitian terhadap strategi yang digunakan *Public Relations ARTOTEL Surabaya* untuk mengkomunikasikan *corporate identity* kepada publik eksternalnya. *Special events* menjadi kekuatan dalam melakukan komunikasi yang akan diberikan kepada publik eksternal.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh sebab itu, tak salah kiranya bila peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Orangtua dan keluarga peneliti yang selalu senantiasa mengingatkan peneliti akan penelitian ini dan memberikan dukungan penuh.
2. Mega Ratna dan Ervida Novaliani sebagai sahabat peneliti yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti
3. Jesslyn Marella Sunur sebagai sahabat peneliti yang selalu memberikan semangat kepada peneliti dan menemani peneliti dikala susah.
4. Grantika Buche dan Okidimas Mahendra selaku narasumber peneliti. Terima kasih atas semua bantuannya dan maaf jika peneliti suka merepotkan.

5. Sherin Gloria Ivanalim dan Widy Rahmawati selaku teman dari peneliti yang telah sangat membantu peneliti dalam pembuatan skripsi ini.
6. Nurul Afiah selaku media RADAR Surabaya yang sangat membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam pembuatan skripsi.
7. ARTOTEL Surabaya dan staff ARTOTEL Surabaya yang menjadi tempat peneliti melakukan penelitian. Terima kasih atas keramahtama dari kalian semua.
8. Theresia Intan P.H,S.Sos.,M.I.Kom. dan Anastasia Yuni W., S.Sos.,M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti akan penelitian ini dan memberikan masukan yang baik buat peneliti. Terima kasih atas kepercayaan yang telah menjadikan saya layaknya saya.
9. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala (FIKOM WM). Jika tana dorongannya, 3,5 tahun tak bakal terwujud.
10. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si., Theresia Intan P.H, S.Sos., M.I.Kom., Anastasia Yuni W., S.Sos.,M.Med.Kom, Noveina Silviani Dugis., S.Sos.,MA., Brigitta Revia S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom., Finsensius Yuli Purnama.,S.Sos.,M.Med.Kom., Drs. Nanang Krisdinanto.,M.Si., atas segala dukungan dan masukan selama peneliti menempuh studi. Terima kasih untuk perjalanan 3,5 tahun yang telah diberikan. Semoga ilmu yang diberikan akan menjadi bermanfaat bagi peneliti.

11. Staf Fakultas Ilmu Komunikasi, Aji Tina dan Djati atas segala keramahan dan kesabarannya dalam membantu peneliti menempuh studi di Fikom WM.
12. Fikomers 2014 terima kasih atas segala suka duka yang kita lewati bersama di Fikom WM. Suatu kebanggaan bisa berada di tengah-tengah kalian teman. Rasanya kita punya perasaan yang sama, merupakan pengalaman yang tak terlupakan bisa mengenal kalian selama ini.
13. Berbagai pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu yang membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan berkat dan rejeki pada kalian semua. Peneliti menyadari tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat memberikan mafaat dan dapat menjadi referensi bagi pembaca, teristimewah adik-adik angkatan bawah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Originalitas	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	v
Kata Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiv
Daftar Bagan	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xviii
Bab I Pendahuluan.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	10
I.3 Tujuan Penelitian.....	10
I.4 Batasan Masalah.....	10

I.5 Manfaat penelitian.....	11
Bab II Perspektif Teoritis.....	12
II.1 Strategi <i>Public Relations</i>	12
II.2 <i>Public Relations</i> dan Publik Eksternal	14
II.3 <i>Corporate Identity</i>	16
II.4 Studi Kasus dalam Metodologi Kualitatif.....	18
II.5 Kerangka Konseptual.....	23
Bab III Metodologi penelitian	24
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	24
III.2 Metode Penelitian.....	24
III.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	25
III.4 Unit Analisis.....	25
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
III.6 Teknik Analisis Data.....	28
III.7 Teknik Tringulasi Data.....	31
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	34
IV.1 Gambaran Subjek	34
IV.1.1 Divisi <i>Public Relations</i> ARTOTEL Surabaya	34
IV.1.2 Sejarah ARTOTEL Surabaya	34

IV.1.3 Logo ARTOTEL Surabaya	37
IV.1.3 Logo ARTOTEL Surabaya	37
IV.1.4 Visi dan Misi ARTOTEL Surabaya	37
IV.1.5 Struktur Organisasi ARTOTEL Surabaya	38
IV.1.6 Profil Informan	40
IV.1.5.1 Informan ARTOTEL Surabaya	41
IV.1.5.1.1 Profil Informan I (Grantika Buchenanda)	41
IV.1.5.1.1 Profil Informan II (Oki Mahendra)	42
IV.2 Hasil dan Temuan dari Strategi <i>Public Relations</i>	
ARTOTEL Surabaya dalam Mengkomunikasikan	
<i>Corporate Identity</i> kepada Publik Eksternal	43
IV.2.1 <i>Corporate Identity</i> ARTOTEL Surabaya dan Publik	
Eksternal	43
IV.2.2 Pencarian Data Terkait Pembuatan Program <i>Public Relations</i>	
ARTOTEL Surabaya	51
IV.2.3 Melakukan Perencanaan Dalam Program <i>Public</i>	
<i>Relations</i>	55
IV.2.4 Proses Komunikasi yang Dilakukan <i>Public Relations</i>	
ARTOTEL Surabaya	59
IV.2.5 Monitoring Setelah Acara	68

Bab V Kesimpulan dan Saran	72
V.1 Kesimpulan	72
V.2 Saran	74
V.2.1 Saran Akademik	74
V.2.2 Saran Praktis	74
 DAFTAR PUSTAKA	 75
LAMPIRAN	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahun Opening Properti ARTOTEL	4
Gambar 1.2 Logo ARTOTEL	5
Gambar 1.3 Design Kamar ARTOTEL Surabaya	6
Gambar IV.1 Bangunan ARTOTEL Surabaya	35
Gambar IV.2 Logo ARTOTEL Surabaya	37
Gambar IV.3 Profile Informan I	41
Gambar IV.4 Profile Informan II	42
Gambar IV.5 Logo ARTOTEL Surabaya	44
Gambar IV.6 Konsep HESO ARTOTEL Surabaya	45
Gambar IV.7 <i>Corporate Identity</i> ARTOTEL Surabaya	46
Gambar IV.8 <i>Design Interior</i> Lobi dan Pintu ARTOTEL Surabaya	46
Gambar IV.9 <i>Design Interior</i> Depan dan Pintu Kamar	47
Gambar IV.10 Pintu Masuk Lobi ARTOTEL Surabaya	48
Gambar IV.11 <i>Design Interior</i> Kamar ARTOTEL Surabaya	50
Gambar IV.12 MOU <i>Sponsorship</i>	58
Gambar IV.13 Poster Promosi untuk <i>Instagram</i>	60
Gambar IV.14 Promosi <i>event</i> ke Radio	60

Gambar IV.15 Poster Promosi di <i>Instagram</i>	61
Gambar IV.16 <i>Talkshow PARTY ME</i>	62
Gambar IV.17 Promosi Poster <i>Event “PARTYME”</i> di <i>Instagram</i>	63
Gambar IV.18 <i>Press Conference ARTOTEL For Hope</i>	64
Gambar IV.19 Antusias Pengunjung <i>ARTOTEL For Hope</i>	64
Gambar IV.20 <i>PARTY ME Event NewYear’s</i>	65
Gambar IV.21 Antusias Pengunjung <i>PARTY ME</i>	65
Gambar IV.22 <i>Reporting PR</i>	69
Gambar IV.23 <i>Reporting Media Sosial</i>	70
Gambar IV.24 <i>Monitoring Media Sosial</i>	70

GAMBAR BAGAN

Bagan II.5 Kerangka Konseptual	23
Bagan III.1 Komponen dalam analisis data (<i>interactive model</i>).....	28
Bagan IV.1 Struktur Organisasi ARTOTEL Surabaya	38

ABSTRAK

Josephine Paramecwary Pontoh NRP 1423014055. Strategi *Public Relations* ARTOTEL Surabaya dalam Mengkomunikasikan *Corporate Identity* kepada Publik Eksternal.

Penelitian ini melihat bagaimana strategi *Public Relations* yang digunakan untuk mengkomunikasikan *corporate identity* kepada publik eksternal. ARTOTEL Surabaya merupakan hotel yang mengusung konsep hotel butik dengan tema seni rupa kontemporer Indonesia, dimana melibatkan artis-artis lokal untuk memperkenalkan seni tidak hanya ke nasional tetapi juga ke internasional.

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara. Peneliti mewawancarai divisi *Public Relations* ARTOTEL Surabaya sesuai dengan pertanyaan yang telah peneliti lakukan yang berkaitan dengan strategi *Public Relations* untuk mengkomunikasikan *corporate identity* kepada publik eksternal. Melalui wawancara yang peneliti lakukan, peneliti menemukan langkah-langkah strategi *Public Relations*, mulai dari mencari fakta yang ada di lapangan dengan observasi dan melihat isu sosial. Sehingga menghasilkan suatu jawaban yaitu dengan *specials events*. Setelah itu memikirkan siapa saja yang terlibat dan akan membuat kegiatan seperti apa, hingga cara untuk mengkomunikasikan program tersebut melalui media massa dan media sosialnya berupa poster dan *press release*. Selanjutnya, *Public Relations* mengadakan evaluasi yang dimana dapat mengetahui keberhasilan pencapaian tujuan, membahas kendala yang terjadi, dengan melakukan kliping pers, dan monitoring media sosial.

Kata Kunci : *Public Relations*, Strategi *Public Relations*, *Corporate Identity*.

ABSTRACT

Josephine Paramewary Pontoh NRP 1423014005. *ARTOTEL Surabaya's Public Relations Strategy in Communicating Corporate Identity towards External Public.*

This research shows how Public Relations' strategy being used to communicate *corporate identity* to external public. ARTOTEL Surabaya is a hotel boutique with Indonesian's contemporer art themed, which involve lots of local artists to introduce this art nationally and internationally.

The researcher used qualitative descriptive with interview methods. Researchist questioned ARTOTEL Surabaya's *Public Relations* division according to the researcher's questions related to the *Public Relations* strategy to communicate corporate identity to the external public. Through the interview that has been done, researchist found steps of the *Public Relations* strategy, starting from finding facts in the field with observation and see-through social issues, hence the answer is *special events*. After finding out who will involved and what kind of events, until how to commicate the program using mass media and social media with posters and *press release*. Furthermore, *Public Relations* held an evaluation to evaluate how far the program reaches the target, using press clipping and mass media monitor, also evaluate all the obstacles that happened.

Keyword : *Public Relations, Public Relations Strategy, Corporate Identity.*