



UNIVERSITAS NASIONAL

**UPAYA PUBLIC RELATONS UNTUK MEMBANGUN CITRA
POSITIF MELALUI *RE-BRANDING* ARION SUITES HOTEL
BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Dede Rohim
NPM 183112351640308

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**PUBLIC RELATIONS EFFORTS TO BUILD A POSITIVE
IMAGE THROUGH REBRANDING ARION SUITES
HOTELBANDUNG**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining
a Bachelor's degree in Communication Science (S.I.Kom)

**Dede Rohim
NPM 183112351640308**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
2023**



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

**FORMULIR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

Nama : Dede Rohim

NPM : 183112351640308

Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)

Judul Skripsi :
Upaya Public Relations Untuk Membangun Citra
Positif Melalui *Re-Branding* Arion suites Hotel
Bandung

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

**Disetujui untuk diujikan Jakarta,
2023**

Dosen Pembimbing

Dr. Sri Desti Purwatiningsih , M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

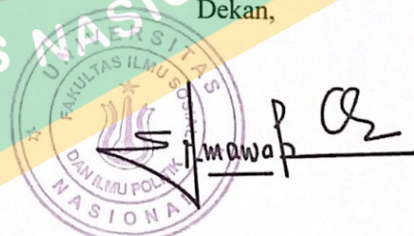
Nama : Dede Rohim
NPM : 183112351640308
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Judul Skripsi : UPAYA PUBLIC RELATIONS UNTUK
MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI *RE-
BRANDING* ARION SUITES HOTEL BANDUNG
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
01 September 2023

Dosen Pembimbing

Dekan,

(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)



(Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si)



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Dede Rohim
NPM : 183112351640308
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Judul Skripsi : Upaya Public Relations untuk Membangun Citra
Positif Melalui Re-Branding Arion Suites Hotel
Bandung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk Gelar atau Ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, September 2023

Yang membuat pernyataan,


Dede Rohim



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh : Dede Rohim
NPM : 183112351640308
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Upaya Public Relations Untuk
Membangun Citra Positif Melalui *Re-
Branding* Arion Suites Hotel Bandung

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Nursatyo S.Sos M.Si
Penguji I : Drs. Ambia B. Boestam M.Si
Penguji II : Dr. Sri Desti Purwatiningsih M.Si

Ditetapkan di : Jakarta, Tanggal : 11 / 09 / 2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRAK

Nama : Dede Rohim
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Judul : Upaya Public Relations Untuk Membangun Citra
Positif Melalui Re-Branding Arion Suites Hotel
Bandung

Kata Kunci Citra Positif, Re- Branding Public Relations	<p><i>Re-Branding</i> merek dari Arion Swiss-Bell Hotel Bandung menjadi Arion Suites Hotel Bandung bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan, termasuk jumlah pengunjung yang datang, pelayanan yang diberikan menjadi lebih unggul, diperbaharui, dan lebih adaptif terhadap isu-isu yang ada di Kota Bandung, dapat menghasilkan inovasi baru, serta meningkatkan sektor pariwisata di Kota Bandung. Media Sosial yang dimiliki saat ini untuk mempublikasikan mengenai informasi terbaru adalah situs web hotel itu sendiri, serta platform sosial lain seperti Instagram dan brosur. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi tentang semua fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel Arion Suites Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui PR Hotel Arion Suites dalam Membangun citra positif melalui Re-Branding hotel Arion Swiss-Bell Bandung menjadi Arion Suites Hotel Bandung. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menjelaskan bagaimana fenomena terkait Membangun Citra Positif Hotel Arion Suites Bandung Melalui Re-Branding Hotel Arion Swiss-Bell Hotel menjadi Arion Suites Hotel Bandung. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu cara yang dilakukan <i>Public Relation</i> Arion Hotel adanya <i>Re-Branding</i> ini yaitu melakukan silaturahmi dengan beberapa <i>Partnership</i>, Media, seperti: TV, Radio, Media Cetak maupun Online, instansi seperti disbudpar atau disparbud, perusahaan yang berhubungan dengan destinasi wisata, CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) maupun <i>event organizer</i> yang mampu bekerja sama untuk saling menguntungkan. Seperti barter, semi barter dan semi <i>Payment</i>.</p>
Pembimbing	Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRACT

Name : Dede Rohim
 Study Program : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
 Title : Public Relations Efforts To Build A Positive Image
 Through Rebranding Arion Suites Hotel Bandung

<p>Key Words Citra Positif, Re- Branding Public Relations</p>	<p>The Re-branding of the brand from Arion Swiss-Bell Hotel Bandung to Arion Suites Hotel Bandung aims to meet the necessary needs, including the number of visitors who come, the services provided to be superior, updated, and more adaptive to issues that exist in the city of Bandung. , can produce new innovations, as well as improve the tourism sector in the city of Bandung. The social media currently available for publishing the latest information is the hotel's own website, as well as other social platforms such as Instagram and flyers. The aim is to provide information about all the facilities offered by Hotel Arion Suites Bandung. The purpose of this research is to find out the PR of the Arion Suites Hotel in building a positive image through the Re-Branding of the Arion Swiss-Bell Bandung hotel to become the Arion Suites Hotel Bandung. The researcher uses a qualitative descriptive approach by explaining how the phenomenon is related to Building a Positive Image of the Arion Suites Hotel Bandung through the Re-Branding of the Arion Swiss-Bell Hotel to become the Arion Suites Hotel Bandung. The results obtained in this study are the method used by the Public Relations of Arion Hotel for Re-Branding, namely conducting friendship with several Partnerships, Media, such as: TV, Radio, Print and Online Media, agencies such as Disbudpar or Disparbud, companies related to destinations tourism, CSR (Corporate Social Responsibility) and event organizers who are able to work together for mutual benefit. Such as barter, semi barter and semi payment.</p>
<p>Supervisor</p>	<p>Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.si</p>

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayah, dan karunianya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “UPAYA PUBLIC RELATIONS UNTUK MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI *RE-BRANDING* ARION SUITES HOTEL BANDUNG”.

Skripsi ini dibuat sebagai bentuk tanggung jawab dari mahasiswa untuk dapat menyelesaikan studinya di Universitas Nasional. Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait itu di antaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya.
4. Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si terbaik selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi meskipun terkadang penulis menghadapi hambatan.

5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
6. Bapak Nursatyo S.Sos M.Si selaku ketua Sidang, Bapak Drs Ambia B Boestam M.Si selaku penguji I dan Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih M.Si selaku penguji II sekaligus Dosen pembimbing matakuliah skripsi.
7. Khususnya kepada keluarga saya tercinta Bapak dan Ibu yang selalu memberikan saya semangat di setiap kegiatan pembuatan skripsi ini dan selalu mengingatkan saya akan kata istirahat.
8. Kepada diri saya sendiri yang tentunya selalu memotivasi diri dalam mengerjakan proses skripsi ini sampai selesai.
9. Tak lupa juga saya ucapkan terimakasih kepada pihak dan Staff HRD, Sales Manager, dan PR Officer Hotel Arion Suites Bandung yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan tak lupa juga kepada rekan rekan Unas seperjuangan saya dalam pengerjaan skripsi ini, saya banyak ucapkan terimakasih.

Akhir kata, saya ucapkan terimakasih semoga Tuhan YME , membalas semua kebaikan kita semua khususnya kepada pembaca dan penulis.

Jakarta, Agustus 2023
Penulis



Dede Rohim

DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Secara Teoritis.....	15
1.4.2 Secara Praktis.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Landasan Teoritis.....	25
2.2.1 Reputasi.....	25
2.2.2 Elemen elemen Reputasi.....	26
2.3 Landasan Konseptual.....	27
2.3.1 Komunikasi.....	27
2.3.2 Komunikasi Organisasi.....	30
2.3.3 Komunikasi Perusahaan.....	31
2.3.4 Hubungan Masyarakat (Humas).....	32

2.3.6 Tugas Humas.....	34
2.4 Membangun Citra Positif	36
2.4.1 Merk (<i>Brand</i>)	37
2.4.2 <i>Strategy Brand</i>	39
2.4.3 <i>Branding</i>	42
2.4.4 <i>Re-Branding</i>	43
2.4.5 Faktor Pendorong dan Tujuan <i>Re-Branding</i>	46
2.5 Kerangka pemikiran	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Pendekatan Penelitian	49
3.2 Penentuan Informan	50
3.3 Data dan Teknik Pengambilan Data.....	53
3.3.1 Data Primer.....	53
3.3.2 Data Sekunder.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Definisi Konsep.....	59
3.5.1 Re-Branding Hotel.....	59
3.6 Teknik Uji Keabsahan Data.....	63
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	65
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	68
3.8.1 Lokasi	68
3.8.2 Waktu Penelitian	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Company profile	69
4.1.1 Profile Arion Suites Hotel	69
4.1.2 Lokasi Hotel	72
4.1.3 Sejarah Hotel	72
4.2 Hasil Penelitian	75
4.2.1 Re-Branding Hotel Arion Swiss-Bell menjadi Arion Suites	75
4.2.2 Alasan melakukan Re-Branding.....	92
4.2.3 Public Relations Arion Suites Hotel membangun Citra positif	94
4.2.3.1 Credibility	100

4.2.3.2 Security	106
4.2.3.3 Competence.....	109
4.2.3.4 Courtesy	112
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	116
4.4 Analisis Data.....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	131



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Table 2.2 Kerangka Pemikiran.....	48
Table 3.1 Nama Nama Informan.....	52
Table 4.1 Tipe dan Harga Kamar	70
Table 4.2 Hasil Re-Branding.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Arion suite Hotel 69

Gambar 4.2 Aplikasi Trip Advisor 82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Pembimbing	136
Lampiran 2 Surat Tugas Pembimbing.....	137
Lampiran 3 Surat Permohonan Penelitian.....	138
Lampiran 4 Surat Setelah melaksanakan Penelitian.....	139
Lampiran 5 Tabel Lokasi dan Jadwal penelitian.....	140
Lampiran 6 Daftar Pertanyaan wawancara	141
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	145
Lampiran 8 Portofolio Arion Suites Hotel.....	147

