

**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF STRATEGI PUBLIC RELATIONS
THE SUNAN HOTEL SOLO DALAM MEMBANGUN
CORPORATE IMAGE TAHUN 2011**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Sarjana S-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

SARJONO TRISUPO
NIM. L 100 060 031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

PENGESAHAN

STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF STRATEGI PUBLIC RELATIONS THE SUNAN HOTEL SOLO DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE TAHUN 2011

**Dipersiapkan dan disusun oleh:
Sarjono Trisupo
NIM. L 100 060 031**



**Telah di periksa serta dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1**

Susunan Dewan Penguji

- 1. Ketua : Drs. Joko Sutarso, SE., M.Si. (.....)**
- 2. Sekretaris : M. Toharuddin, S.Pd., MA. (.....)**
- 3. Dosen Penguji : Dian Purworini, S.Sos., MM. (.....)**

Surakarta, 26 Oktober 2011

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan,

Husni Thamrin, MT., Ph.D

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak dikemudian hari terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka saya bertanggungjawab sepenuhnya.

Surakarta, Kamis 26 Oktober 2011

Tanda tangan

Sarjono Trisupo
L 100 060 031

MOTTO

“Hidup dalam tuntunan Allah SWT”.

“Tuntutlah ilmu sampai ke negeri Cina”.

“Experience is the best teacher”.

Ibu adalah segalanya, Dialah pelipur duka kita, harapan kita kala sengsara, dan kekuatan kita disaat tak berdaya.

(Kahlil Gibran)

Doa adalah nyanyian hati yang selalu dapat membuka jalan terang ke singgasana Tuhan meskipun terhimpit di dalam tangisan seribu jiwa.

(Kahlil Gibran)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk :

- Ayahku dan Ibuku tercinta karena telah mengalirkan doa dan memberikan restu.
- Saudaraku tercinta yang telah memberikan motivasi dan dorongan.
- Semua rekan-rekan.
- Almamater.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya atas selesainya penulisan Skripsi ini yang berjudul “STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF STRATEGI PUBLIC RELATIONS THE SUNAN HOTEL SOLO DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE TAHUN 2011”

Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana S1 Fakultas Komunikasi dan Informatika pada Universitas Muhammadiyah Surakarta. Atas selesainya penulisan Skripsi ini, tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Husni Thamrin, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Informatika pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Rinasari Kusuma, S.Sos. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi dan Informatika pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Joko Sutarso, SE., M.Si. selaku Pembimbing I penulis yang telah sabar dan telaten membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga sempurna.
4. M. Toharuddin, S.Pd., MA. selaku Pembimbing II penulis yang membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Manajemen The Sunan Hotel Solo yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan telah membantu dalam pengumpulan data.
6. Ayah Ibu tercinta yang telah memberikan materi dan moril serta doa restu kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Saudara-saudaraku tercinta yang telah memberikan dorongan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kerabat-kerabatku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas semuanya.

Semoga atas bantuan yang diberikan memperoleh imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Sebagai akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Akhirnya penulis memohon kepada Tuhan Yang Maha Esa semoga ilmu yang telah penulis peroleh berguna bagi penulis, agama, bangsa dan negara, Amin.

Surakarta, 26 Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Landasan Teori	10
a. Pengertian Public Relations	10

b. Strategi Publi Relations.....	19
c. Membangun Citra Perusahaan	25
B. Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	34
B. Bentuk dan Tipe Penelitian.....	34
1. Bentuk Penelitian.....	34
2. Tipe Penelitian.....	35
C. Sumber Data.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data	36
1. Data primer.....	36
a. Observasi.....	36
b. Wawancara.....	36
c. Dokumentasi dan Sampel.....	37
2. Data Sekunder.....	38
E. Validitas Data	38
F. Analisis Data	38
BAB IV Hasil Penelitian	
A. Deskripsi Umum The Sunan Hotel Solo.....	41
1. Lokasi The Sunan Hotel Solo.....	42
2. Struktur Bangunan.....	43
3. Fasilitas-fasilitas Sunan Hotel Solo.....	45
4. Gambaran Umum The Choice Hotels Internasional	45

5. Nama dan Logo.....	55
6. Visi, Misi, Falsafah, dan Moto The Sunan Hotel Solo	56
7. Struktur Organisasi	57
8. Segmentasi, Targeting, Positioning The Sunan Hotel Solo	60
B. Analisis Data	62
1. Strategi Public Relations The Sunan Hotel Solo ...	62
2. Implementasi Strategi Public Relations The Sunan Hotel Solo	72
3. Membangun Corporate Image The Sunan Hotel Solo	91
4. Strategi dan Implementasi Public Relation dalam Membangun Corporate Image The Sunan Hotel Solo	102
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
1. Model Pembentukan Citra	27
2. Kerangka Pemikiran.....	33
3. Penarikan Simpulan	40
4. Logo	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Data Informan Peneliti
2. Transkrip Wawancara

ABSTRAK

STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF STRATEGI PUBLIC RELATIONS THE SUNAN HOTEL SOLO DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE TAHUN 2011. Sarjono Trisupo. NIM. L 100 060 031. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sebagai lembaga pelayanan jasa, tentu saja The Sunan Hotel Solo akan selalu mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggannya. *Public relations* dalam hal ini sekaligus memiliki salah satu fungsi manajemen, yaitu melakukan kegiatan komunikasi yang terencana, terarah dan berkelanjutan. *Public relations* juga memiliki tujuan untuk menjalin dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan, supaya memperoleh keuntungan, pemahaman, simpati, dukungan, sehingga tercapailah apa yang diinginkan oleh manajemen. Hal tersebut dimaksudkan sebagai tujuan untuk meraih keberhasilan pada organisasi The Sunan Hotel Solo itu sendiri dalam membangun image serta memelihara citranya.

Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui strategi *public relations* yang dipakai untuk membangun *corporate image* di The Sunan Hotel Solo. Pengumpulan data yang dilakukan dengan studi lapangan (wawancara dan observasi) dan studi pustaka. Metode analisis data dengan analisis deskriptif kualitatif.

Dari hasil penelitian dan analisis dapat disimpulkan bahwa The Sunan Hotel Solo melakukan upaya membangun citra positif perusahaan melalui dua strategi *public relations*, yaitu *public relations eksternal* dan *public relations internal* yang meliputi *achievement motivation training*, *open manajemen system* dan media komunikasi internal. Sedangkan strategi *public relations eksternal* dikembangkan melalui dua cara yaitu strategi *public relations* yang *frontal* yaitu kreatif dan intervensi serta strategi *public relations* secara gerilya yaitu *persuasive* dan *edukatif*. The Sunan Hotel Solo berhasil membangun citra positif perusahaan, terutama dalam upayanya untuk membangun “*brand image*” sebagai hotel bisnis dan intertainment di Solo. Keberhasilan tersebut ditunjang oleh kemampuan membangun dengan media massa yang dikombinasikan dengan penyelenggaraan program yang unik dan konsisten. Hal ini sesuai dengan rencana strategi *public relations* dalam penetapan skala prioritas perusahaan dalam membangun image.

Kata kunci: *Deskriptif Kualitatif, Public Relations, Corporate Image.*