

**IMPLEMENTASI STRATEGI *PUBLIC RELATION*
DI HOTEL DE PAVILJOEN BANDUNG**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV



Oleh:

MIFTAH FARIDZ DZULFIKAR
NOMOR INDUK : 201621269

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA

BANDUNG

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

IMPLEMENTASI STRATEGI *PUBLIC RELATION* DI HOTEL DE PAVILJOEN BANDUNG

NAMA : MIFTAH FARIDZ DZULFIKAR

NIM 201621269

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI HOTEL

Pembimbing I,



Pudin Saepudin, SST. Par., MP. Par.

NIP. 19770514 200902 1 002

Pembimbing II,



Ita Maemunah, SST. Par., MM. Par., CHE.

NIP. 19761226 201101 2 003

Bandung, 8 September 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP. 1971-506 199803 1 001

HALAMAN MOTTO

“Jadi diri sendiri.

Semangatmu, gairahmu.

Renjana.

Selalu, selamanya”

Seringai - Selamanya

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Teruntuk Para Peragu”

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini Saya :

Nama : Miftah Faridz Dzulfikar
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 28 Mei 1998
NIM : 201621269
Program Studi : Administrasi Hotel

Dengan ini Saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul : **"IMPLEMENTASI STRATEGI *PUBLIC RELATION* DI HOTEL DE PAVILJOEN BANDUNG** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 15 Juli 2020
Yang Membuat Pernyataan,



Miftah Faridz Dzulfikar
NIM. 201621269

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pada *public relations* serta keefektifannya di masyarakat umum di Hotel De Paviljoen Bandung. De Paviljoen Bandung merupakan hotel berbintang 4 (empat) yang telah berdiri sejak 3 tahun yang lalu. Hotel ini merupakan sebuah hotel yang dikelola oleh HIM atau *Hotel International Management* yang berkantor di DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 63 individu secara acak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif serta diolah menggunakan alat bantu SPSS versi 21. Hasil analisis deskriptif dari efektivitas strategi *public relations* Hotel De Paviljoen Bandung menunjukkan nilai rata-rata sebesar “230” poin dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori Baik dan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Rekomendasi yang dapat diterapkan oleh Hotel De Paviljoen Bandung untuk meningkatkan reputasinya yang sudah baik di mata masyarakat adalah dengan cara memaksimalkan lagi apa yang sudah ada dan tercapai, dan memperbaiki apa yang kurang salah satunya ada *website* milik hotel sebagai salah satu “wajah” perusahaan dan juga sumber informasi resmi bagi pelanggan yang tentunya akan membuat reputasi hotel menjadi semakin baik.

Kata kunci : *Public relations*, Strategi

ABSTRACT

This research is a research carried out with the aim to find out the strategy in public relations and its effectiveness in public at De Paviljoen Hotel, Bandung. De Paviljoen Bandung is a 4-star hotel that was established 3 years ago. This hotel is a hotel managed by HIM or Hotel International Management which is based in DKI Jakarta. This study was conducted on 63 randomized individuals. This study uses a qualitative approach with descriptive, etpre and is processed using SPSS tool version 21. The results of descriptive analysis of the effectiveness of the public relations strategy of Hotel De Paviljoen Bandung show an average value of "230" points where the value is entered into the Good category and is influenced by other variables not examined.

Recommendations that can be applied by De Paviljoen Hotel Bandung to improve its reputation that is already good in the eyes of the community is to maximize what is already there and achieved, and improve what is lacking, one of which is the hotel website as one of the "faces" of the company and also a source official information for customers which will certainly make the hotel reputation better.

Keywords: Public relations, Strategy

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan semesta alam, seraya memohon berkat dan rahmat-Nya, karena penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini yang berjudul **“Implementasi Strategi *Public Relation* Di Hotel De Paviljoen Bandung.”** Karena atas bantuan-Nya yang dapat memberikan tenaga, pikiran serta kemauan sehingga proyek akhir ini dapat selesai pada waktunya.

Adapun tujuan dari penyusunan Proyek Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada program Diploma 4 jurusan Hospitaliti, Program Studi Administrasi Hotel di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Diselesaikannya Proposal Usulan Penelitian ini tidak lepas dari dukungan moril dan materil dari semua pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par., CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung;
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung;
3. Bapak Edison Sitompul, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti;
4. Bapak Pudin Saepudin, SST. Par., MP. Par., selaku Ketua Program Studi Administrasi Hotel di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi saran serta koreksi terhadap Proyek Akhir ini ;

5. Ibu Ita Maemunah, SST. Par., MM. Par., CHE., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu penulis dalam proses penulisan Proyek Akhir ini;
6. Orang tua dan keluarga besar penulis, yaitu Ibunda Siti Nurhayati dan M. Akil. Karena atas do'a, dukungan, serta segala perhatian yang tidak hentinya tercurahkan selama penulis menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung hingga usulan penelitian ini dapat terselesaikan;
7. Bapak Kharisma, selaku perwakilan Manajemen dari De Paviljoen Bandung;
8. Manajemen dan staf Hotel De Paviljoen Bandung yang secara sukarela meluangkan waktunya untuk membantu dalam pengumpulan data untuk penulisan proyek akhir ini;
9. Seluruh dosen STP Bandung, terutama dosen yang mengajar di program studi Administrasi Hotel;
10. Seluruh rekan-rekan Administrasi Hotel angkatan 2016 yang telah memberikan banyak dukungannya kepada penulis;
11. Serta semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian dari Proyek Akhir ini dapat dikatakan masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan di dalamnya. Sehingga penulis menyampaikan maaf jika terdapat beberapa kesalahan dalam penulisannya serta memohon kritik dan saran yang dapat membangun, demi perubahan yang lebih baik lagi.

Penulis berharap proyek akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya serta pihak Hotel De Paviljoen Bandung dan seluruh pembaca pada umumnya.

Akhir kata, kesempurnaan hanya milik Tuhan Yang Maha Sempurna dan kesalahan itu datangny dari penulis sendiri.

Jakarta, 8 September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
HALAMAN MOTO	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR TABEL	15
DAFTAR LAMPIRAN	17
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
<u>BAB II</u> TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Strategi	10
2. Public Relation.....	11
3. Fungsi Dan Tugas Public Relation	13
4 Public Relation Sebagai Profesi	15
5. Strategi Public Relation	16
6. Langkah Strategi Public Relation	21
7. Peran Public Relation	25
8. Implementasi.....	27
9. Implementasi Strategi	28
B. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENEITIAN.....	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Partisipan Dan Tempat Penelitian.....	34

C. Metode Pengumpulan Data	35
D. Analisis Data	39
E. Pengujian Keabsahan Data.....	43
F. Jadwal Penelitian.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Hasil Olahan Wawancara.....	46
2. Hasil Olahan Kuesioner.....	52
B. Pembahasan.....	79
1. Analisis Deskriptif Faktor <i>Publication</i>	79
2. Analisis Deskriptif Faktor <i>Event</i>	84
3. Analisis Deskriptif Faktor <i>News</i>	85
4. Analisis Deskriptif Faktor <i>Images</i>	86
5 Analisis Deskriptif Faktor <i>Social Responsibility</i>	86
6. Analisis Deskriptif Faktor <i>Community Involvement.</i>	87
7. Analisis Deskriptif Faktor <i>Lobby or Negotiations</i>	88
8. Analisis Rekapitulasi Kuesioner	90
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	91
A. Simpulan	91
B. Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1	Jumlah Pengguna Jejaring Sosial.....5
2	Jejaring Sosial Paling Aktif di Indonesia 5
3	Ilustrasi Sistem Penulisan Piramida 18
4	Ilustrasi Proses Komunikasi 20
5	Proses Langkah Perencanaan PR25
6	Proses Efektivitas Implementasi Strategi30
7	Kerangka Pemikiran 31
8.0	Hasil Validitas.....41
8.1	Hasil Reabilitas.....41
9	Rumus Panjang Kelas Interval.....42
10	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....52
11	Responden Berdasarkan Usia..... 53
12	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....54
13	Akun Jejaring Sosial De Paviljoen..... 80
14	Akun Jejaring Sosial Restoran De Paviljoen..... 81
15	Akun Jejaring Sosial Bar De Paviljoen..... 82
16	Akun Jejaring Sosial <i>Coffee House</i> De Paviljoen..... 83
17	Tanggapan Hotel Atas Keluhan Tamu..... 89

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1 Pedoman Penggunaan Skala Likert.....	38
2. Tabel Pengukuran Deskriptif	42
3. Jadwal Penelitian.....	44
4. Hasil olahan wawancara	46
5.0 Metode Publikasi	55
5.1 Konten Jejaring Sosial	56
5.2 Hasil Rekapitulasi Faktor Publication.....	56
5.3 Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Faktor Publication.....	57
6.0 Informasi Kegiatan	59
6.1 Keaktifan Pembuatan Kegiatan	59
6.2 Hasil Rekapitulasi Faktor Event.....	60
6.3 Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Faktor Event.....	62
7.0 Kemudahan Informasi.....	63
7.1 Kepuasan Terhadap Berita Dan Informasi.....	64
7.2 Hasil Rekapitulasi Faktor News.....	65
7.3 Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Faktor News	66
8.0 Citra Hotel.....	67

8.1	Public Relation Sebagai Representasi Hotel	68
8.2	Hasil Rekapitulasi Faktor Image.....	69
8.3	Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Faktor Image	70
9.0	Kepedulian Sosial.....	71
9.1	Hasil Rekapitulasi Faktor Social Responsibility	72
9.2	Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Faktor Social Responsibility.....	73
10.0	Kepedulian Akan Keterlibatan Sumber Daya Sekitar.....	74
10.1	Hasil Rekapitulasi Faktor Community Involvement.....	75
10.2	Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Faktor Community Involvement.....	75
11.0	Kredibilitas Dalam Menjawab Keluhan Dan Bernegosiasi.....	77
11.1	Hasil Rekapitulasi Faktor Lobby Or Negotiation	77
11.2	Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Faktor Lobby Or Negotiation.....	78
12	Skala Poin Kuesioner	90

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1. Pedoman Wawancara.....	96
2. Kuesioner Pnelitian.....	97
3. Pernyataan Kuesioner.....	98
4. Gambar Tabel Olahan Kuesioner.....	100
5. Output Spss Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	102
6. Surat Keterangan Menyelesaikan Penelitian.....	105
7. Hasil Turnitin.....	106
8. Daftar Riwayat Hidup	107

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, B. A. S., & Saebani, B. A. (2009). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: Pustaka Setia*.
- Anggoro, M. L. (2000). *Teori & profesi kehumasan serta aplikasinya di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Creswell, J. W. (2009). Research design: Qualitative and mixed methods approaches. *London and Thousand Oaks: Sage Publications*.
- Cutlip, S. M. Center dan Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- CV.Rosady, R. (2003). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dayan, Y., Paine, C. S., & Johnson, A. J. (2007). Responding to sensitive questions in surveys: A comparison of results from Online panels, face to face, and self-completion interviews. *World Association for Public Opinion Research, Berlin*.
- Effendy, O. U. (2006). Hubungan masyarakat. *Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya*.
- Friedman, M., Nazir, M., Dubras, R., & Leeding, G. (2018, January 30). Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Funk, D. C., & Pritchard, M. P. (2006). Sport publicity: Commitment's moderation of message effects. *Journal of Business Research*, 59(5), 613-621.
- GlobalWebIndex. (n.d.). Social Media Trends 2020, Latest Trends & Statistics Report. Retrieved from <https://www.globalwebindex.com/reports/social>
- Greener, T., & Azis, N. (1993). *Kiat sukses Public Relations dan pembentukan citranya*. Bumi Aksara.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Indonesia, K. B. B. (1990). Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Balai Pustaka, Jakarta*.
- Indonesia, R. (1987). *Keputusan Menteri Parpostel No. KM 94/HK103/MPPT tentang Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel*.
- Iriantara, Y., & Surachman, Y. A. (2006). Public Relations Writing. *Bandung, Simbiosis Rekatama Media*.
- Jahja, A. S. (2014). EKA3050, EKM3050 Silabus Metodologi Penelitian Bisnis.
- Jefkins, F., & Yadin, D. (2003). Public relations Terj. *Haris Munandar. Jakarta: Erlangga*.

- Kasali, R. (2005). *Manajemen Public Relations: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Grafiti.
- Kotler, P. (2000). *Administração de marketing*
- Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of public relations. *Journal of public relations research*, 15(2), 181-198.
- Marston, J. E. (1979). *Modern Public Relations: Revised Ed.* McGraw-Hill.
- Mintzberg, H. (1994). The fall and rise of strategic planning. *Harvard business review*, 72(1), 107-114.
- Morissan, S. H. (2014). *Manajemen public relations*. Kencana.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy?. *Harvard business review*, 74(6), 61-78.
- Rajasekar, J. (2014). Factors affecting effective strategy implementation in a service industry: A study of electricity distribution companies in the Sultanate of Oman. *International Journal of Business and Social Science*, 5(9).
- Romli, S. M., Romel, K., Romli, A. S. M., & Romel, K. (2018, October 16). Pengertian Piramida Terbalik dalam Berita. Retrieved from <https://romeltea.com/pengertian-piramida-terbalik-dalam-berita/>
- Ruslan, R. (1997). *Kiat dan strategi kampanye public relations*. PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2006). *Metode Penelitian, Public Relations dan Komunikasi*.
- Setiawan, G. (4). Implementasi dalam birokrasi pembangunan. *Bandung: Remaja Rosdakarya Offset*.
- Siregar, H. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Return Saham Perbankan.
- Sugiyono, D. Prof., 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2009). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*, Bandung: Cv. ALVABETA.