

**STRATEGI KOMUNIKASI MANAJER PUBLIC RELATION
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA HOTEL
NIVIA DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Marshall Gibran

NPM 1903110053

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

PENGESAHAN

Bismillahirrahmannirrahim

Skripsi ini telah di pertahankan di depan tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, oleh :

Nama : Muhammad Marshall Gibran

NPM : 1903110053

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada Hari, Tanggal : Kamis, 31 Agustus 2023

Waktu : pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI II : Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom

PENGUJI III : Dr. FAUSTYNA, S.Sos.,M.M.,M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos.,MSP

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos.,M.I.Kom

Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmannirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh :

Nama : Muhammad Marshall Gibran

NPM : 1903110053

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Manager Public Relation Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan

Medan, 31 Agustus 2023

Pembimbing



Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom

NIDN : 0126127401

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dean



Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

NIDN : 0030017402

UIN SU
Unggul | Berprestasi | Terpercaya

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, Muhammad Marshall Gibran, NPM 1903110053, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu 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 ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 31 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Muhammad Marshall Gibran

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabiil ‘segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang tak henti-hentinya memberikan nikmat serta kekuatan yang tak terhingga kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi berjudul Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan. Salawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa yang harus diselesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis yaitu Ibunda tercinta Laila Nur Ayuni Nasution dan Ayahanda Hirfi Zulfan atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang begitu besarnya. Penulis selamanya akan bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orang tua penulis. Ibu dan Ayah penulis telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. Maka dari itu penulis berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Penulis berjanji melakukan yang terbaik untuk semua

kepercayaan yang diberikan. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna bagi penulis dan memberikan makna kehidupan yang terdapat banyak sekali perjalanan dan pelajaran di dalamnya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos, M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Shaleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Ibu Dr. Faustyna S.Sos., M.M., M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dalam membimbing dan mengajari penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
11. Kepada sahabat-sahabat penulis Mixcin Crew yakni: Malwinder Singh, Ilhamy Pasha, Vio Karim, Alfi Syahri, Fetronaufal, Ridwan dan Ashraf.
12. Kepada teman-teman Road to S.I.Kom yang sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir dan selalu mendukung penulis yakni: Ghena Meinabila Putri, Badrul Aini Lubis, Riendi, Muhammad Farhan, Usman Arif, Muhammad Fernando, Adam Sauqi dan Muhammad Nuzul Riski.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun dari segi penulisan.

Medan, 16 Agustus 2023

Penulis,

Muhammad Marshall Gibran

STRATEGI KOMUNIKASI MANAGER PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA HOTEL NIVIA DI KOTA MEDAN

Muhammad Marshall Gibran
1903110053

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi komunikasi yang dilakukan manager *public relation* dalam membangun citra positif hotel nivia di kota medan. Dalam hal ini strategi komunikasi manajer *public relation* sangat harus diperhatikan dalam membangun citra positif, karena citra positif sangat penting dalam sebuah perusahaan. Melalui citra positif itulah keberlangsungannya suatu perusahaan, maka dari itu pentingnya strategi komunikasi manager dalam membangun citra positif hotel nivia di kota medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi manager *public relation* dalam membangun citra positif pada hotel nivia di kota medan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini *Communication goal theory*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis kualitatif. Dari penelitian yang telah dilakukan, maka hasil dari penelitian ini adalah pentingnya strategi komunikasi yang efektif dapat membangun suatu citra positif pada hotel nivia di kota medan, yang dimana dengan adanya citra yang baik maka minat pengunjung akan semakin besar dalam mengunjungi dan berlibur pada hotel nivia di kota medan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Manager, Public Relation, Citra Positif*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1. Manfaat Teoritis	4
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
URAIAN TEORITIS	7
2.1. Strategi.....	7
2.2. Komunikasi.....	7
2.3. Strategi Komunikasi	8
2.4. Public Relation	9
2.5. Citra Positif.....	10
BAB III.....	11
METODE PENELITIAN.....	11
3.1. Jenis Penelitian	11
3.2. Kerangka Konsep... ..	11
3.3. Definisi Konsep... ..	12
3.4. Kategorisasi Penelitian	14

3.5. Informan dan Narasumber	15
3.6. Teknik Pengumpulan Data	15
3.7. Teknik Analisis Data	17
3.7.1. Analisi Di Lapangan	18
3.7.2. Reduksi Data.....	18
3.7.3. Penyajian Data.....	19
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	20
BAB IV	21
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
4.1. Hasil Penelitian.....	21
4.2. Observasi	22
4.3. Hasil Wawancara.....	23
4.3.1. Strategi Komunikasi	24
4.3.2. Pesan Komunikasi.....	26
4.3.3. Perencanaan Komunikasi.....	28
4.3.4. Teknik Komunikasi	31
4.4. Pembahasan Hasil Wawancara.....	34
4.4.1. Profil Informan	38
BAB V.....	39
PENUTUP.....	39
5.1. Simpulan.....	39
5.2. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
Tabel 3.4. Kategorisasi Penelitian	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2. Kerangka Konsep... ..	12
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Dokumentasi
2. Daftar Wawancara
3. Surat Persetujuan Penelitian
4. SK 1. Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
5. SK 2. Penetapan Dosen Pendamping
6. SK 3. Permohonan Seminar Proposal
7. SK 4. Undangan Panggilan Seminar Proposal
8. SK 5. Berita Acara Bimbingan Skripsi
9. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Strategi merupakan upaya individu atau kelompok untuk membuat skema guna mencapai target sasaran yang sedang di tuju agar tujuan tersebut dapat tercapai. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena segala tindakan atau perbuatan tidak lepas dari strategi. *Public relation* adalah solusi bagi perusahaan atau lembaga untuk membangun dan membentuk sebuah citra dimasyarakat. Kedudukan *public relation* adalah sebuah indikasi bahwa *public relation* memiliki peran yang penting dalam perputaran yang ada pada manajemen, keberadaannya mampu menyentuh ke aspek sosial dan kepentingan publik, selalu menampilkan sesuatu yang positif dalam mewujudkan citra yang positif di masyarakat dan akan ditentukan oleh apa yang diberikan atau ditampilkan oleh perusahaan tersebut.

Public relation merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. *Public relations* merupakan metode ilmu komunikasi sebagai salah satu kegiatan yang mempunyai kaitan kepentingan dengan suatu organisasi. Oleh sebab itu ada bentuk yang dilihat terkait dengan kegiatan serta diklarifikasikan kedalam dua bentuk, bentuk internal seperti karyawan, pemegang saham, manajer, direktur, dan sebagainya.

Publik eksternal yaitu orang yang berada diluar organisasi yang jelas mempunyai kaitan kepentingan dan yang diharapkan memiliki kaitan kepentingan dalam rangka menjalin hubungan baik. Seperti diketahui, kemajuan teknologi media akan dengan mudah dan cepat menyampaikan informasi keseluruh penjuru. Berita mengenai isu miring atau berita negatif akan dengan cepat menyebar kemana-mana. Teknologi internet yang notabene menjadi bagian dari keseharian masyarakat menyebabkan mudahnya memperoleh informasi. Penelitian *public relations* pada masyarakat yang informatif, teknologi yang canggih dan global yang terjadi saat ini merupakan sarana untuk menunjang fungsi dan peranan *public relations* professional secara optimal dalam mengidentifikasi dan melayani publik serta lembaga yang diwakilinya, khususnya melaksanakan komunikasi dua arah atau timbal balik, menciptakan hubungan antara organisasi dan publiknya atau sebaliknya upaya saling pengertian dan citra positif.

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan bukan hanya citra atau produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan dapat terbentuk oleh banyak hal. Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan antara lain sejarah atau riwayat hidup suatu perusahaan tersebut, prestasi yang dicapai perusahaan, mencetak sumber manusia yang unggul, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar.

G. Sachs mengemukakan bahwa citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap- sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok kepentingan yang berbeda. Citra menjadi sasaran faktor-faktor yang sama sekali di luar kontrol kita.

Mengenai faktor-faktor yang dapat kita pengaruhi dan yang mempengaruhi citra kita, jelas bahwa kegiatan mengkomunikasikan informasi yaitu cara menyalurkan penampilan kita sangatlah penting karena merupakan kebijaksanaan informasi.

Seorang *public relations*, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, prestasi, publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi, dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

Penilaian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau organisasi yang diwakili oleh pihak humas atau *public relation*. Nivia Hotel adalah hotel bintang tiga, yang terletak di sudut kota medan jalan Letda Sujono no 91 Bantan Timur di bangun sekitar awal tahun 2021 oleh pemiliknya yaitu Feran Damex dan Ridiana. Hotel ini dibangun pada masa pandemic yang dimana saat itu perusahaan yang bergerak di bidang hospitality maupun perusahaan yang bergerak dibidang lain sangat mengalami kesulitan atau pun krisis. Nivia Hotel memiliki 57 room, 1 ballroom, 3 meeting room, 1 rooftop dan 1 coffe shop. Hotel ini dibangun pada masa pandemic sehingga pihak manajemen pun melakukan berbagai startegi strategi agar hotel tetap konsisten untuk bersaing dengan hotel hotel yg ada di kota medan.

Nivia Hotel yang bergerak di bidang jasa pasti memiliki *public relation* yang sangat berperan dalam membantu Nivia Hotel untuk membangun citra positifnya di

Kota Medan. Oleh sebab itu Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis ingin melakukan penelitian untuk membahas lebih jauh dan detail mengenai hal tersebut dengan mengangkat judul: Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah agar mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis.

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat menambah uraian – uraian yang bersifat teoritis tentang Strategi Komunikasi terkhusus kepada Strategi Komunikasi tersebut.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi pesan kepada berbagai pihak, khususnya terhadap khalayak ramai dalam menambah wawasan tentang Strategi Komunikasi tersebut.

1.5.Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis yaitu menjelaskan dan menguraikan, tentang pengertian dari Strategi , Komunikasi, Strategi Komunikasi, *Public Relation*, Citra Positif.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, teknik pengumpulan data, teknik analisi data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan berisi tentang Hasil Penelitian dan tentang Pembahasan Penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bagian penutup isi merupakan uraian dan penjelasan tentang Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi

Menurut Rogers pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Fadhli, 2021, p. 12). Sedangkan pengertian strategi menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Ismaulidina, I., Hasibuan, E. J., & Hidayat, 2020, p. 13).

2.2. Komunikasi

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai proses penyampaian pesan yg dilakukan oleh komunikator kepada komunikan yang dapat menimbulkan efek (Faustyna, & Irwan, 2023, p. 82). Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Triwardhani, I. J., Trigartanti, W., 2020, p. 104). Pengertian komunikasi menurut beberapa ahli, yaitu:

- a) Bernard Berelson dan Gary A. Steiner Komunikasi transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-

kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi

- b) Gerald R. Miller Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk memengaruhi perilaku penerima.
- c) Everett M. Roger Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

2.3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. Strategi komunikasi adalah penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi (Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, 2021, p. 1041).

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan komunikasi, dan untuk mencapainya, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya. Strategi Komunikasi adalah campuran yang terbaik dari seluruh elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima hingga pada pengaruh (akibat) yang dirancang untuk menggapai tujuan komunikasi yang maksimal.

2.4. Public Relation

Public relation adalah peran yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antar organisasi dengan publik (Mujiyanto, 2018). Menurut Cutlip, Center dan Brown, *public relation* adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya (Pertiwi, M. S., & Hadi, 2021, p. 358). Menurut John E. Marston, *public relation* adalah komunikasi persuasif yang dirancang untuk mempengaruhi publik secara signifikan. Marston mengatakan *public relation* adalah suatu perencanaan dengan menggunakan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi persepsi masyarakat. Scholz mengatakan bahwa *public relation* adalah suatu perencanaan yang mendorong untuk mempengaruhi persepsi masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial berdasarkan suatu komunikasi timbal balik untuk mencapai keuntungan pada kedua belah pihak (Pranabella, P. G., & Puspasari, 2021). Menurut IPR (*Institute Public Relation*), *public relation* adalah praktek humas yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan (terus-menerus) dalam rangka menciptakan dan mempertahankan niat baik (*goodwill*), serta sikap-sikap yang saling pengertian yang bersifat timbal balik (*Mutual Understanding*) antara suatu organisasi atau perusahaan dengan segenap khalayaknya.

2.5. Citra Positif

Kotler (2010) memberikan definisi atau pengertian citra sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, kelompok orang, organisasi atau yang lainnya. Wibisono (2005) memberikan pengertian citra sebagai sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara nominal atau matematis, tetapi wujud citra hanya bisa dirasakan dari hasil penelitian atau nilai yang baik atau buruk dan tanggapan positif atau negatif. Apabila objek tersebut berupa organisasi maka seluruh keyakinan, ide dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra (Darwadi MS., 2019, p. 905).

Citra yang positif akan memberikan keuntungan terciptanya loyalitas pelanggan, kepercayaan terhadap produk barang atau jasa dan kerelaan pelanggan dalam mencari produk barang atau jasa tersebut apabila mereka membutuhkan (Nurjanah, R., & Mulazid, 2018, p. 45). Sebaliknya citra buruk akan melahirkan dampak negatif bagi operasi bisnis perusahaan.

Selain itu dapat melemahkan daya saing perusahaan. Umar (2009) mengemukakan bahwa citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan jasa pelayanan. Citra perusahaan seharusnya berbasis pada pengetahuan dan pengalaman orang.

BAB III

METODE PENELITIAN

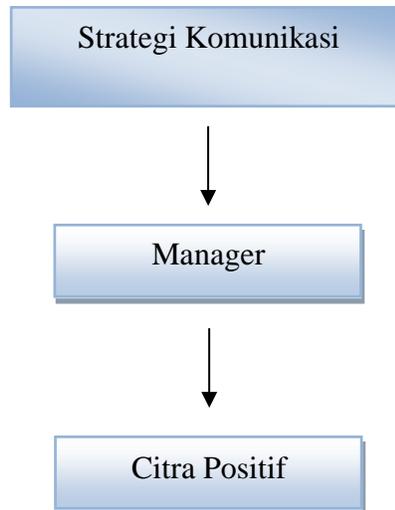
3.1. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dalam melakukan penelitian ini yaitu penelitian melalui observasi, wawancara, atau telaah dokumen dan bersifat deskriptif. Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Adlini, M. N., Dinda, A. H., 2022, p. 976). Sejalan dengan definisi tersebut, Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Tujuan penelitian kualitatif untuk memahami dan menggambarkan fenomena yang sedang diteliti secara mendalam dan detail.

3.2. Kerangka Konsep

Notoadmojo menyatakan bahwa kerangka konsep penelitian ialah suatu uraian serta visualisasi hubungan atau keterkaitan antara satu konsep dengan konsep yang lainnya, atau antara satu variable dengan variable yang lain dari masalah yang akan diteliti.

Adapun kerangka konsep penelitian yang dapat dijelaskan yaitu, Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan, maka konsep penelitian yang digunakan ialah sebagai berikut:

Gambar 3.2 Kerangka Konsep

(Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif)

3.3. Definisi Konsep

Menurut Singarimbun dan Efendi definisi dari konsep ialah konsep sebagai istilah atau definisi yang berguna untuk mendeskripsikan secara abstrak suatu peristiwa atau kejadian, keadaan, individu atau kelompok yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Melalui sebuah konsep, peneliti diharapkan mampu menyederhanakan pemikirannya melalui satu istilah untuk beberapa kejadian (*events*) yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Istilah ini dipergunakan untuk mewakili sebuah realitas yang kompleks. Adapun definisi konsep dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Strategi Komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*) hingga evaluasi (*evaluation*) untuk

mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran.

- b. Manajer adalah orang yang bertanggung jawab untuk mengarahkan usaha yang bertujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarannya dengan mengelola pekerjaan manajer berarti kita berbicara tentang empat fungsi spesifik dari manajer, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan.
- c. Citra positif merupakan sesuatu yang bersifat positif karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu object tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber yang berupa tanggapan positif yang berbentuk dukungan, ikut serta, peran aktif serta tindakan positif lainnya.

3.4. Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi Penelitian
1	<p>Strategi Komunikasi Manajer <i>Public Relation</i> Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Komunikasi Manajer <i>Public Relation</i>. 2. Pesan Komunikasi Manajer <i>Public Relation</i> dalam membangun Citra Positif. 3. Perencanaan Komunikasi Manajer <i>Public Relation</i> dalam membangun Citra Positif. 4. Teknik Komunikasi Manajer <i>Public Relation</i> dalam membangun Citra Positif.

3.5. Informan dan Narasumber

Narasumber adalah peranan dari seorang narasumber atau seorang informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang memiliki nilai dalam menguasai persoalan yang ingin diteliti dan mempunyai keahlian dalam berwawasan cukup (Bagong Suyatna). Pemanfaatan narasumber bagi peneliti ialah untuk memperoleh informasi dengan waktu yang relative singkat namun hasil informasi yang diperoleh lebih mendalam. Teknik penentuan subjek penelitian sebagai narasumber pada penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan teknik *purpose sampling* yang menentukan informan atau narasumber berdasarkan penilaian peneliti bahwa informan atau narasumber adalah pihak yang berkualitas untuk dijadikan sampel.

Subjek penelitian yang dimaksud yaitu narasumber. Tahap pertama ditarik sebagai narasumber kunci yaitu seseorang yang menguasai dan mengetahui tentang situasi dan kondisi penelitian, pada penelitian ini peneliti mengambil narasumber divisi Manajer *Public Relation* Hotel Nivia.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan beberapa teknik pengumpulan data antara lain seperti wawancara, wawancara yaitu teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. Lalu wawancara mendalam dilakukan guna menambah data yang diperlukan melalui tanya jawab seputar topik yang terkait dalam permasalahan ini. Kemudian teknik kedua ialah dengan cara observasi, yaitu

pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki di lapangan. Teknik lainnya adalah dengan dokumentasi tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data, teknik ini dapat digunakan sebagai pelengkap dari teknik wawancara dan observasi.

1. Observasi

Merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian. Teknik ini ialah cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi dilapangan dan digunakan untuk mengamati secara langsung kegiatan- kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk melihat secara langsung fenomena tersebut.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara periset (seseorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek). Wawancara dalam riset kualitatif, dapat juga disebut sebagai wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara intensif (*intensive interview*) dan kebanyakan tidak berstruktur. Wawancara dalam riset kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah sebuah rekam kejadian yang ditulis atau dicetak dokumen dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, foto, dan dokumen – dokumen lainnya. Dalam teknik pengumpulan data interaktif, peneliti dapat menemukan

dokumen dari partisipan yang menawarkan untuk memberi rekaman pribadi kepada peneliti. Dokumen juga dapat menghasilkan informasi yang melatarbelakangi suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Dokumen merupakan sebuah rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak ulang, dokumen biasanya dikatalogkan serta ditampilkan dalam sebuah tempat penyimpanan kumpulan arsip ataupun perpustakaan.

3.7. Teknik Analisis Data

Pada umumnya, ciri-ciri penelitian kualitatif menggunakan analisis data secara induktif dimana, analisis data adalah data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi untuk dibuat kesimpulan agar mudah dipahami (Adlini, M. N., Dinda, A. H., 2022, p. 976). Dalam penelitian ini, teknik analisis data dimulai dengan memahami hasil penelitian wawancara yang dilakukan melalui informan. Setelah data sudah dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah menyusun data dalam satuan analisis.

Analisi data menurut Bogdan & Biklen (dalam Lexy J. Moleong, 2012:248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting

dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun teknik analisis data yang penulis ambil yaitu:

3.7.1. Analisis di lapangan

Selama penelitian pengumpulan data masih berlangsung, peneliti melakukan analisis data dengan cara mencari, mencatat dan menafsirkan isi data.

3.7.2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan. Reduksi data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci.

3.7.3. Penyajian Data

Penyajian data adalah mendisplay data, yang mana dalam penyajian tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dealam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah. Display data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang tearjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3.7.4. Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles (2007), penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dimulai dengan mencari arti benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan hal yang belum ada sebelumnya. Temuan dapat berupa gambaran objek, yang awalnya tidak jelas menjadi jelas, berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Pada penelitian ini, kesimpulan awal yang di kemukakan oleh peneliti akan didukung oleh data-data di lapangan. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan atas permasalahan penelitian yang diteliti dalam penelitian ini.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ada di Jl Letda Sujono No 91 Medan Estate Untuk Waktu Penelitian akan dilaksanakan saat selesai seminar proposal yakni di Mei 2023 sampai dengan Agustus 2023.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan. Informan yang dipilih adalah 4 orang tua yang sedang bekerja di hotel nivia, sehingga peneliti dapat mengetahui dan menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Bab ini membahas dan menyajikan deskripsi dari data yang telah diperoleh melalui hasil penelitian dilapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Disini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung tentang bagaimana Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan. Oleh sebab itu, peneliti dituntut untuk meneliti dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan dan dilakukan oleh sumber data. Penelitian deskriptif kualitatif bukan sebagaimana apa yang dipikirkan oleh penulis, tetapi berdasarkan suatu realita yang terjadi di lapangan, yang dialami, dan dipikirkan informan. Sehingga penelitian tersebut menjadi sesuatu yang pasti.

Dengan demikian, permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan. Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini dilakukan pada 01-31 Juli 2023.

Observasi yang dilakukan pada tanggal 29 Juni 2023 diketahui bahwa Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan berjalan dengan lancar dan diterima dengan baik oleh setiap

karyawan hotel Nivia, interaksi antara manajer dengan karyawan sangat aktif dalam proses memotivasi karyawan saat mengerjakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh pimpinan dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung, serta adanya hubungan erat antara manajer dan karyawan juga merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan kekompakan tim, dan semangat loyalitas karyawan dalam membangun citra positif hotel Nivia.

Informan dalam penelitian ini adalah empat Orang yang bekerja di ruang lingkup hotel Nivia dan memiliki jabatan dan fungsi yang berbeda-beda. Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada 4 narasumber itu. Adapun 4 narasumber itu adalah, Bapak Salomo Sudianto Turnip yang berusia 38 tahun yang saat ini sebagai Sales Manager Marketing, Ibu Irna Tanjung berusia 48 tahun yang saat ini sebagai Manager *Public Relation*, Ibu Handayani Maria Sitorus berusia 26 tahun yang saat ini sebagai *Front Office Manager*, dan yang terakhir Ibu Sarah Permata Sari berusia 27 tahun yang saat ini sebagai *Guest Relation Officer*.

4.2. Observasi

Nivia Hotel adalah hotel bintang tiga, yang dimiliki oleh Feran Damex dan Ridiana. Berdiri pada tanggal 18 Juni 2021. Berlokasi di JL. Letda Sujono no 91 Bantan Timur. Pada saat ini hotel Nivia memiliki jumlah kamar 57, 1 *ballroom*, 3 *meeting room*, 1 *rooftop* dan 1 *coffe shop*. dengan tenaga kerja keseluruhan sebanyak 36 karyawan. Proses operasional hotel berjalan selama 24 jam *full day*.

Sebelum wawancara dilakukan, peneliti mengamati terlebih dahulu lingkungan Hotel Nivia pada saat jam operasional dimulai. Peneliti juga mencari beberapa orang

karyawan yang memiliki jabatan dan fungsi dalam meningkatkan citra positif. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti, di dapatkan 4 orang karyawan yang bersedia menjadi informan bagi penelitian ini, dan 2 diantaranya merupakan manager dari Hotel Nivia yang bersedia untuk diwawancarai ditempat. terdapat beberapa bentuk penerapan Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia. Seperti yang dilakukan salah satu karyawan yaitu Ibu Irma Tanjung. Yang dimana ibu Irma Tanjung menggunakan Strategi komunikasi yang bersifat mengawasi, dan memotivasi kepada karyawannya untuk mendekati diri kepada karyawan dalam membangun citra positif hotel nivia di Kota Medan. Interaksi yang dilakukan Ibu Irma Tanjung kepada karyawannya sangat tepat dan penuh keterbukaan akan memotivasi karyawan untuk tetap semangat dalam bekerja dan memberi informasi yang jelas kepada masyarakat sekitar.

4.3. Hasil Wawancara

Observasi dan wawancara yang akan peneliti kemukakan tentang permasalahan yang telah dijelaskan pada bab I, yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia. Selain itu, pertanyaan yang peneliti ajukan pada informan diambil dari Uraian Teoritis yang terdapat di bab II. Peneliti mewawancarai narasumber yang telah terpilih secara purposive sampling, adapun hasil dari wawancara yang telah dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

4.3.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan rangkaian aktivitas berkelanjutan dan koheren yang sistematis, dilakukan secara taktis, yang memungkinkan pemahaman terhadap khalayak sasaran, mengidentifikasi saluran yang efektif, dan mengembangkan dan mempromosikan gagasan dan opini melalui saluran tersebut dalam rangka mempromosikan dan mempertahankan jenis perilaku tertentu (Syahputra, 2019, p. 116).

Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam proses pembentukan citra positif agar dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Komunikasi perlu ditempatkan pada fungsinya, bukan hanya untuk membangkitkan kesadaran, memberi informasi, memengaruhi atau mengubah perilaku, melainkan komunikasi juga berfungsi untuk mendengarkan, mengeksplorasi lebih dalam, memahami, memberdayakan, dan membangun konsesus untuk perubahan, karena itu komunikasi diperlukan untuk mendukung proses pembangunan (Faustyna & Rudianto, 2022b, p. 25).

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi yaitu “Strategi macam apa yang Bapak/Ibu lakukan untuk membangun citra positif pada hotel nivia dimasyarakat?”

Hasil wawancara dengan Ibu Irma Tanjung (48) dengan jabatan Manager *Public Relation* mengatakan:

“Strategi yang akan saya gunakan dalam membangun citra positif hotel nivia ini sendiri kita bakal pelan pelan memberikan penjelasan kepada masyarakat khususnya melakukan pendekatan berupa kunjungan kepada masyarakat untuk memberikan

edukasi tentang keberadaan hotel nivia ini agar masyarakat dapat memandang positif terhadap hotel nivia ini.”

Hasil wawancara dengan Ibu Sarah Permata Sari (27) dengan jabatan Guest Relation Officer mengatakan:

“Strategi komunikasi yang kita berikan itu tergantung dari permasalahan yang ada nah dari permasalahan itu kami memberikan pengarahan dan pengertian kepada pihak pihak eksternal salah satunya masyarakat.”

Hasil wawancara dengan Ibu Handayani Maria Sitorus (26) dengan jabatan Front Office Manager mengatakan:

“Lebih menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi kepada masyarakat, karna sebenarnya kan masyarakat ini kebanyakan menerka nerka misalnya soal parkirannya kan macet karna hotel nivia disaat mereka menduga seperti itu pihak hotel nivia akan memberikan pengertian dan penjelasan agar dugaan negatif dari masyarakat tersebut dapat kembali menjadi positif dan pihak hotel nivia sendiri selalu mengedukasi dalam setiap penjelasan tersebut.”

Hasil wawancara dengan Bapak Salomo Sudianto Turnip (38) dengan jabatan Sales Manager Marketing mengatakan:

“Strategi di sales ini ya kita lebih kepada produk dan pelayanan karna ini kan perhotelan kan jadi kita lebih memberikan strategi komunikasi pemasaran kepada masyarakat dalam bentuk menampilkan pelayanan yang bagus dan bentuk bentuk fasilitas yang ada di hotel nivia ini.”

4.3.2. Pesan Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu dasar dan kunci seseorang dalam menjalankan tugasnya, komunikasi merupakan suatu proses perawatan untuk menjalankan dan menciptakan hubungan antara atasan dan bawahan, komunikasi tampaknya sederhana tetapi untuk menjadikan suatu komunikasi yang berguna dan efektif membutuhkan usaha dan keterampilan serta kemampuan dalam bidang tersebut (Faustyna & Rudianto, 2022b).

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap dan sifat perilaku kedekatan yang harmonis, pendapat baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi kita dengan orang lain hampir terus menerus dilakukan didalam hidup keseharian. Namun terkadang komunikasi kurang diterima secara baik oleh penerima informasi, karena kurangnya kedekatan antara anggota dan atasan (Faustyna & Rudianto, 2022a, p. 27).

Penyampaian pesan melalui komunikasi merupakan aspek penting yang wajib dipahami para seluruh anggota salah satunya atasan, karena tanpa komunikasi efektif, membangun citra positif perusahaan itu sangatlah mustahil terbentuk. Komunikasi efektif akan berdampak baik bagi perusahaan dan dapat membangun kekompakan antar tim, keharmonisan, dan dapat membangun citra positif di mata masyarakat luas.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan pesan komunikasi yaitu “Pesan Komunikasi macam apa yang Bapak/Ibu sering berikan dalam membangun citra positif pada hotel nivia ini?”

Hasil wawancara dengan Ibu Irma Tanjung (48) dengan jabatan *Manager Public Relation* mengatakan:

“Pesan komunikasi saya kalau untuk internal ke karyawan lebih ke motivasi memberi semangat dalam meningkatkan sinegrifitas dan pelayanan terhadap pengunjung, dan kalau kepada masyarakat kita lebih ke pemberian edukasi dan bahkan kita juga pernah ada melakukan santunan terhadap masyarakat sekita hotel Nivia ini.”

Hasil wawancara dengan Ibu Sarah Permata Sari (27) dengan jabatan *Guest Relation Officer* mengatakan:

“Pesan komunikasi yang bagus itu yang mudah dipahami oleh seluruh elemen ya jadi saya pribadi lebih mengacu kepada pesan pesan positif sih kepada masyarakat khusus nya karna pesan berupa edukasi mungkin sangat bermanfaat dalam membangun citra positif di dalam dunia perhotelan ini.”

Hasil wawancara dengan Ibu Handayani Maria Sitorus (26) dengan jabatan *Front Office Manager* mengatakan:

“Kalau saya sih lebih ke arah yang berupa himbauan ya mulai dari kinerja karyawan saya selalu menghimbau mengarahkan mereka untuk tetap menjaga kestabilan pelayanan kepada pengunjung dengan tetap memperhatikan dan mengawasi agar jika terjadi kesalahan saya dapat membackup dan menjelaskan kepada pengunjung dan mengantisipasi penilaian buruk mereka terhadap pelayanan hotel nivia ini sendiri.”

Hasil wawancara dengan Bapak Salomo Sudio Turnip (38) dengan jabatan Sales Manager Marketing mengatakan:

“Kalau dalam seles sih pesan komunikasi yang pihak kami berikan itu pertama mulai dari event atau promo ya,, karna dari situ dapat membuat daya Tarik pengunjung selain dengan menyangkan pelayanan dan fasilitas promo promo juga merupakan pesan komunikasi yang sangat efektif bagi saya karna dari promo itu pengunjung tertaring dan ingin melakukan liburan relaxasi di hotel nivia ini.”

Pesan komunikasi yang dilakukan sebagian besar karyawan hotel nivia sangat memiliki manfaat yang sangat penting bagi perusahaan, proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap dan sifat perilaku kedekatan yang hanmonis, pendapat baik secara langsung maupun tidak langsung. Pesan komunikasi yang sudah efektif dapat membangun citra positif perusahaan, dan pesan komunikasi yang efektif akan berdampak baik bagi perusahaan serta dapat membangun kekompakan antar tim, keharmonisan, dan dapat membangun citra positif di mata masyarakat luas.

4.3.3. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi merupakan pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan. Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan perusahaan, sumber daya tersebut tidak saja mencakup media masyarakat dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah

perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu yang dimiliki setiap individu-individu dalam lingkup tugas-tugas yang diberikan perusahaan (Urip, 2014, p. 15).

Perencanaan komunikasi juga sangat penting untuk membentuk citra positif perusahaan yang dimana tugas perencanaan komunikasi itu sendiri untuk merubah perilaku atau kebiasaan perusahaan tersebut dan mengalokasikan sumber daya manusia dari perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan perusahaan.

Perencanaan komunikasi dimaksud untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektifitas komunikasi, perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, dan penyebar luasan gagasan, kerjasama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi.

Perencanaan komunikasi membantu kita bagaimana sebuah pesan yang kita bawakan konsisten dengan target sasaran. Perencanaan komunikasi sangat penting untuk membangun citra sebuah perusahaan karena perencanaan komunikasi yang menjadi hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan bersama.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan perencanaan komunikasi yaitu “Perencanaan Komunikasi seperti apa yang Bapak/Ibu sering berikan dalam membangun citra positif pada hotel nivia ini?”

Hasil wawancara dengan Ibu Irma Tanjung (48) dengan jabatan Manager *Public Relation* mengatakan:

“Saya melakukan perencanaan komunikasi sesuai dengan ketentuan yang

berlaku di hotel nivia ini yang dimana saya sering melakukan evaluasi kecil kecilan dan menanyakan apa saja kendala kendala yang di sering dihadapi oleh karyawan saya dan memberi masukan dan solusi dari permasalahan tersebut agar kestabilan layanan hotel nivia tetap bertahan dan semakin berkembang.”

Hasil wawancara dengan Ibu Sarah Permata Sari (27) dengan jabatan *Guest Relation Officer* mengatakan:

“Saya lebih ke memberikan ide atau gagasan baru saja sih, jadi yang lain bisa mengenal oooo ini ada ide baru dalam meningkatkan pelayanan jadi mereka tidak jenuh dan pengunjung yang datang akan merasakan secara langsung akan bagus nya pelayanan di hotel nivia ini.”

Hasil wawancara dengan Ibu Handayani Maria Sitorus (26) dengan jabatan *Front Office Manager* mengatakan:

“Untuk perencanaan saya lebih ke karyawan dulu ya soal nya dari karyawan itu citra sebuah hotel ini terbentuk dan jika perencanaan ini tidak diperhatikan dari karyawan maka mau hotel nya se bagus apa pun setinggi apa pun bintang nya akan bisa keliatan buruk jadi saya perencanaan say aitu dimulai dari karyawan.”

Hasil wawancara dengan Bapak Salomo Sudianto Turnip (38) dengan jabatan *Sales Manager Marketing* mengatakan:

“Untuk saya sebagai seles marketing perencanaan komunikasi itu diawali dari ide apa ya kedepannya yang akan kita buat, program apa ya, karna di hotel ini kita harus memberikan promo promo menarik agar pengunjung itu mau bermalam disini dengan promo yang menarik, pelayanan bagus, fasilitas ok, saya pribadi jamin

perencanaan komunikasi seperti itulah yang dapat membangun citra positif bagi masyarakat khususnya pengunjung.”

Perencanaan komunikasi sangatlah dibutuhkan untuk Menyusun strategi komunikasi agar program bisa berhasil dalam membangun citra positif perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka sudah pasti membutuhkan perencanaan pembelajaran yang baik. Tanpa perencanaan, pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan artinya tanpa perencanaan yang baik pembentukan citra positif hotel nivia akan mengalami kesulitan dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan dari hotel nivia tersebut.

4.3.4. Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi berkait dengan metode dan media. Metode dan media yang sesuai dengan berbagai jenis indra penerima pesan yang kondisinya berbeda-beda akan sangat menunjang keberhasilan dari suatu komunikasi. Yang dimana sebagai pemimpin harus bisa menempatkan posisi dalam berkomunikasi kepada anggotanya. Sebagai komunikator ketrampilan pemimpin dalam melakukan komunikasi kepada anggotanya dapat menentukan keberhasilan strategi komunikasi manager dalam membangun citra positif perusahaan.

Manager harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, agar dapat mendorong karyawan supaya aktif berpartisipasi dan menciptakan situasi komunikasi yang kondusif untuk interaksi yang efektif. Dan adanya dukungan dari manager dapat membantu karyawan lain lebih bersemangat dalam melakukan aktifitasnya serta

meraih tujuan yang diinginkan. Hal tersebut dapat memotivasi karyawan agar tidak menunda pekerjaan, tetap menjaga standart pelayanan dan tetap semangat dalam bekerja. Maka Teknik komunikasi ini perlu diperhatikan sebagai seorang pmmimpin dalam membangun citra positif di perusahaan.

Berdasarkan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pimpinan manager public relation dalam membangun citra positif memiliki teknik yang dimana adanya keterbukaan, motifasi, dukungan, perasaan positif, dan kesamaan. Didalam komunikasi, jika teknik tersebut sudah di pahami oleh seluruh karyawan maka akan terjadi komunikasi yang efektif bagi manager dan dapat membentuk sikap, sifat, dan kepribadian karyawan agar tetap menjaga standart pelayanan dan tetap semangat dalam bekerja.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan teknik komunikasi yaitu “Teknik Komunikasi seperti apa yang Bapak/Ibu sering gunakan dalam membangun citra positif pada hotel nivia ini? Dan kepada siapa?”

Hasil wawancara dengan Ibu Irma Tanjung (48) dengan jabatan Manager *Public Relation* mengatakan:

“Teknik saya itu selalu menginterpensi dan memberi solusi untuk membangun lingkungan kerja sendiri dan masyarakat semisalnya untuk didalam hotel ini ada yang komunikasi nya kurang nyambung maka saya akan memberikan solusi kepada teman teman yang bersangkutan dan untuk di luar seperti masyarakat tidak semua nya yang menerima dengan baik maka saya sebagai pr harus melakukan pendekatan pendekatan seperti salah satu tadi ada yang mengalami kebakaran dan kita memberikan bantuan

donasi.”

Hasil wawancara dengan Ibu Sarah Permata Sari (27) dengan jabatan *Guest Relation Officer* mengatakan:

“Lebih ke anggota sih,, karna saya lebih menggunakan teknik berupa motivasi dan disaat mereka lagi senggang saya akan coba kasi pertanyaan pertanyaan kecil tu seputar pelayanan jadi mereka tetap terlatih dan selalu menghapal nya dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung di hotel nivia ini. Karna citra itu terbentuk menurut saya melalui pengunjung yang telah selesai berkunjung di hotel ini jadi jika kesan nya dia selama menginap disini bagus maka citra itu dengan sendiri nya akan tumbuh.”

Hasil wawancara dengan Ibu Handayani Maria Sitorus (26) dengan jabatan *Front Office Manager* mengatakan:

“Teknik komunikasi saya itu ketika ada evaluasi maka disitu saya sampaikan point per point yang harus tetap dijaga mulai dari kerapian, pelayanan dan kebersihan, dan untuk eksternal nya saya lebih memperhatikannya dari segi sekitaran hotel seperti mengkomunikasikan pihak yang membersihkan area luar agar sampahnya itu tidak kemana mana dan mengganggu masyarakat.”

Hasil wawancara dengan Bapak Salomo Sudianto Turnip (38) dengan jabatan *Sales Manager Marketing* mengatakan:

“Teknik komunikasi yang saya gunakan itu saya lebih menggunakan media ya untuk berinteraksi kepada masyarakat atau pengunjung. Misalya melalui Instagram, dan melalui web yang sudah dimiliki oleh hotel nivia sendiri. Dan selain itu saya juga

sering menggunakan teknik berupa menyebarkan brosur sih dalam teknik tersebut saya pikir sudah mencangkup kesemua linih dan dapat membangun citra hotel nivia semakin bagus kedepannya.”

Dengan adanya Strategi komunikasi akan muncul suatu keterbukaan dan rasa percaya dalam menghadapi suatu permasalahan yang dimana tugas seorang pemimpin akan selalu memotivasi bawahannya, sehingga bawahannya akan semangat menjalankan aktivitasnya dalam bekerja dan melayani pengunjung dan teknik komunikasi merupakan salah satu faktor utama yang dapat mendorong dan suksesnya membangun citra positif dari hotel nivia di Kota Medan.

4.4. Pembahasan Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti dengan empat orang pegawai hotel nivia , dalam membangun citra positif hotel nivia. Strategi komunikasi yang manager lakukan dengan karyawan terbagi dalam beberapa proses interaksi manager dalam membangun citra positif hotel nivia di mata masyarakat.

Komunikasi yang dilakukan antara manager dengan karywan secara intens akan sangat sangat membantu keefektifan hubungan psikologis antara manager dengan karyawan lain dalam membangun citra positif di perusahaannya, karena pada dasarnya pribadi manusia itu mudah atau dapat dipengaruhi oleh sesuatu, karena itu dengan adanya usaha membentuk pola pikir, dan kepribadian seorang karyawan dengan kata lain berusaha untuk memperbaiki kinerja karyawan yang nampak kurang baik, sehingga menjadi baik untuk terwujudnya tujuan dari perusahaan tersebut.

Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam proses pembentukan citra positif agar dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Komunikasi perlu ditempatkan pada fungsinya, bukan hanya untuk membangkitkan kesadaran, memberi informasi, memengaruhi atau mengubah perilaku, melainkan komunikasi juga berfungsi untuk mendengarkan, mengeksplorasi lebih dalam, memahami, memberdayakan, dan membangun konsensus untuk perubahan, karena itu komunikasi diperlukan untuk mendukung proses pembangunan.

Strategi komunikasi merupakan rangkaian aktivitas berkelanjutan dan koheren yang sistematis, dilakukan secara taktis, yang memungkinkan pemahaman terhadap khalayak sasaran, mengidentifikasi saluran yang efektif, dan mengembangkan dan mempromosikan gagasan dan opini melalui saluran tersebut dalam rangka mempromosikan dan mempertahankan jenis perilaku tertentu.

Dalam penulisan ini strategi yang dilakukan oleh ke empat narasumber sudahlah efektif yang dimana mereka melakukan strategi kepada masyarakat dengan bentuk himbauan dan penyuluhan akan permasalahan yang terjadi, dan dalam strategi tersebut mereka juga sering melakukan santunan berupa bantuan ketika terjadi bencana di sekitaran ruang lingkup hotel nivia.

Pesan komunikasi yang digunakan juga sudah tepat baik dari segi tindakan maupun situasi yang dimana pesan yang di edukasikan sudah efektif dari segi penyampaian dan target yang ingin dicapai dapat dilihat dari hasil wawancara kepada empat narasumber tersebut pesan yang mereka bangun itu untuk memotivasi karyawan hotel nivia dalam memberikan pelayanan semaksimal mungkin dan memberikan

penjelasan kepada masyarakat secara terstruktur dan baik, sehingga citra positif tersebut dapat tumbuh dari persepsi masyarakat yang sudah berkunjung dan masyarakat yang berada di sekitaran hotel nivia di Kota Medan.

Perencanaan komunikasi yang digunakan dalam membangun citra positif hotel nivia sudahlah tepat yang dimana mereka lebih dominan melakukan penyusunan strategi komunikasi agar program bisa berhasil dalam membangun citra positif perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka sudah pasti membutuhkan perencanaan pembelajaran yang baik. Karna mereka memahami tanpa perencanaan, pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan artinya tanpa perencanaan yang baik pembentukan citra positif hotel nivia akan mengalami kesulitan dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan dari hotel nivia tersebut.

Teknik komunikasi berkait dengan metode dan media. Metode dan media yang sesuai dengan berbagai jenis indra penerima pesan yang kondisinya berbeda-beda akan sangat menunjang keberhasilan dari suatu komunikasi. Yang dimana sebagai pemimpin harus bisa menempatkan posisi dalam berkomunikasi kepada anggotanya. Sebagai komunikator ketrampilan pemimpin dalam melakukan komunikasi kepada anggotanya dapat menentukan keberhasilan strategi komunikasi manager dalam membangun citra positif perusahaan.

Berdasarkan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pimpinan manager *public relation* dalam membangun citra positif memiliki teknik yang dimana adanya keterbukaan, motivasi, dukungan, perasaan

positif, dan kesamaan. Didalam komunikasi, jika teknik tersebut sudah di pahami oleh seluruh karyawan maka akan terjadi komunikasi yang efektif bagi manager dan dapat membentuk sikap, sifat, dan kepribadian karyawan agar tetap menjaga standart pelayanan dan tetap semangat dalam bekerja.

Maka terlepas dari semua itu dapat kita lihat dari hasil penelitian ini betapa pentingnya Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan. Melalui pesan pesan komunikasi yang membangun semangat karyawan maka seorang pimpinan dapat mengatasi permasalahan yang ada dan dapat membangun citra positif di sebuah perusahaannya. Dengan adanya strategi komunikasi yang bagus, pimpinan akan dapat lebih mudah membangun semangat, dan keefektifitasan karyawan dengan teknik komunikasi yang yang bersifat mendukung dan memotivasi, maka diharapkan karyawan akan selalu menanamkan nilai nilai positif yang diberikan oleh pimpinan nya dan selalu menjaga kekompakan dan standart pelayanan yang ada di hotel nivia agar dapat tercapainya tujuan perusahaan dalam membangun citra positif masyarakat terhadap hotel nivia di Kota Medan.

4.4.1. Profil Informan

1. Irna Tanjung

Ibu Irna Tanjung berumur 48 Tahun, merupakan Manager *Public Relations* yang saat ini sedang bekerja di Hotel Nivia Kota Medan.

2. Sarah Permata Sari

Ibu Sarah Permata Sari berumur 27 Tahun, merupakan *Guest Relation Officer* yang saat ini sedang bekerja di Hotel Nivia Kota Medan.

3. Handayani Maria Sitorus

Ibu Handayani Maria Sitorus berumur 26 Tahun, merupakan *Front Office* Manager yang saat ini sedang bekerja di Hotel Nivia Kota Medan.

4. Salomo Sudianto Turnip

Bapak Salomo Sudianto Turnip berumur 38 Tahun, merupakan Sales Manager Marketing yang saat ini sedang bekerja di Hotel Nivia Kota Medan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Penulis menyimpulkan dari proses penelitian yang dilakukan, dengan judul skripsi “Strategi Komunikasi Manajer *Public Relation* Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan” maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagai pemimpin harus memiliki strategi komunikasi dalam membangun citra positif hotel nivia di Kota Medan. melakukan komunikasi secara intens terhadap bawahan mulai dari memperhatikan kerapiannya, menanyakan kesulitannya dalam melayani, kegiatan dan tukar pikiran dalam memecahkan suatu permasalahan. Maka dapat dipastikan dengan adanya strategi tersebut dan perencanaan yang sempurna, citra positif akan tumbuh dengan sendirinya dengan respon pelanggan yang bagus dan akan selalu terkesan oleh mereka.
2. Pesan komunikasi yang baik dari segi tindakan maupun situasi yang dimana pesan yang di edukasikan sudah efektif dari segi penyampaian dan target yang ingin dicapai dapat dilihat dari hasil wawancara kepada empat narasumber tersebut pesan yang mereka bangun itu untuk memotivasi karyawan hotel nivia dalam memberikan pelayanan semaksimal mungkin dan memberikan penjelasan kepada masyarakat secara terstruktur dan baik,

sehingga citra positif tersebut dapat tumbuh dari persepsi masyarakat yang sudah berkunjung dan masyarakat yang berada di sekitaran hotel nivia di Kota Medan.

3. Perencanaan komunikasi yang digunakan dalam membangun citra positif hotel nivia sudahlah tepat yang dimana mereka lebih dominan melakukan penyusunan strategi komunikasi agar program bisa berhasil dalam membangun citra positif perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka sudah pasti membutuhkan perencanaan pembelajaran yang baik. Karna mereka memahami tanpa perencanaan, pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan artinya tanpa perencanaan yang baik pembentukan citra positif hotel nivia akan mengalami kesulitan dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan dari hotel nivia tersebut.
4. Teknik komunikasi berkait dengan metode dan media. Metode dan media yang sesuai dengan berbagai jenis indra penerima pesan yang kondisinya berbeda-beda akan sangat menunjang keberhasilan dari suatu komunikasi. Yang dimana sebagai pemimpin harus bisa menempatkan posisi dalam berkomunikasi kepada anggotanya. Sebagai komunikator ketrampilan pemimpin dalam melakukan komunikasi kepada anggotanya dapat menentukan keberhasilan strategi komunikasi manager dalam membangun citra positif perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Diharapkan pimpinan harus tetap mempertahankan strategi komunikasi terhadap karyawan dan masyarakat guna membangun citra positif hotel nivia di Kota Medan.
2. Diharapkan pimpinan juga harus menjaga dalam memberikan pesan komunikasi kepada bawahan yang bersifat memotivasi, menasehati, mengingatkan yang diharapkan dengan adanya pesan tersebut dapat membantu pimpinan dalam membangun citra positif hotel nivia di Kota Medan.
3. Diharapkan pimpinan selalu menjaga dalam perencanaan komunikasi yang sering pimpinan gunakan sebagai ide dan sarana bagi pimpinan dalam merencanakan strategi komunikasi kepada karyawan yang dimana perencanaan komunikasi itu sangatlah penting bagi proses pembentukan citra positif hotel nivia di Kota Medan.
4. Diharapkan pimpinan selalu memperhatikan teknik komunikasi yang digunakan kepada karyawan dalam memberikan pesan komunikasi. Teknik komunikasi pimpinan dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada karyawan dan masyarakat dapat menentukan keberhasilan dari suatu strategi komunikasi manager dalam membentuk citra positif hotel nivia di Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., & D. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
- Darwadi MS. (2019). Pembentukan Citra Positif Perusahaan Melalui Cyber Public Relation. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(8), 901–915.
- Fadhli, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan. *Journal of Education and Social Analysis*, 2(2), 8–21.
- Faustyna, & Irwan, M. R. (2023). Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Percepatan Penurunan Kondisi Stunting Pada Anak Di Lubuk Pakam Deli Serdang. *Jurnal KESKAP*, 2(1), 81–86.
- Faustyna, & Rudianto. (2022a). *Filsafat Komunikasi*. UMSU Press.
- Faustyna, & Rudianto. (2022b). *Strategi Komunikasi Krisis Saat Pandemi COVID 19*. UMSU Press.
- Ismaulidina, I., Hasibuan, E. J., & Hidayat, T. W. H. W. (2020). Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(1), 12–17.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1039–1045.
- Mujianto, H. (2018). Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Hotel Grand Kopo Bandung). *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 4(1), 88–96.
- Nurjanah, R., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Muqtasid*, 9(1), 40–53.
- Pertiwi, M. S., & Hadi, S. P. (2021). Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Citra Perusahaan. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 357–363.
- Pranabella, P. G., & Puspasari, D. (2021). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(8), 1160–1178.

Syahputra, I. (2019). *Media Relations (Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen)*. Rajawali Pers.

Triwardhani, I. J., Trigartanti, W., & dkk. (2020). Strategi Guru Dalam Membangun Komunikasi Dengan Orang Tua Siswa di Sekolah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 99–113.

Urip, S. (2014). *Strategi CSR Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*.

Lampiran 1 Dokumentasi



(Dokumentasi wawancara dengan ibuk Irna Tanjung)



(Dokumentasi wawancara dengan ibuk Handayani Maria Sitorus)



(Dokumentasi wawancara dengan ibuk Sarah Permata Sari)



(Dokumentasi wawancara dengan Bapak Salomo Sudianto)

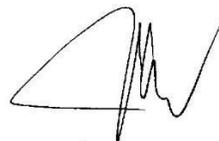
Lampiran 2

DAFTAR WAWANCARA

PENELITIAN SKRIPSI

JUDUL: Strategi Komunikasi Manajer Public Relation Dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia Di Kota Medan.

1. Kapan Bapak/Ibu mulai bekerja di hotel ini?
2. Sejak kapan Bapak/Ibu memulai karir dalam bidang perhotelan ini?
3. Menurut Bapak/Ibu Apakah yang dimaksud dengan Citra?
4. Mengapa Bapak/Ibu dalam kegiatan Public Relation harus membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia ini?
5. Kepada siapa Bapak/Ibu melakukan komunikasi untuk Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia ini?
6. Dimana Bapak/Ibu mendapat hambatan dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia ini?
7. Bagaimana cara Bapak/Ibu menyampaikan pesan pesan kepada masyarakat dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia ini?
8. Media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia ini?
9. Seberapa Besar Pengaruh Manajer Public Relation dalam Membangun Citra Positif Pada Hotel Nivia ini?
10. Apakah sebelumnya Hotel Nivia pernah memiliki Citra Negative di masyarakat ?
11. Jika pernah, strategi komunikasi apa yang akan Bapak/Ibu lakukan untuk mengembalikan Citra Positif Pada Hotel Nivia di masyarakat?


14/ July 2023.
Dr. Fauzky
ACC



SURAT BALASAN PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Kami mewakili dari Manajemen Nivia Hotel memberikan Izin Penelitian untuk memperoleh data yang di tujukan untuk skripsi .

Nama Mahasiswa : MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN
NPM : 1903110053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI MANAGER PUBLIC
RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA
POSITIF PADA HOTEL NIVIA DI KOTA MEDAN

Demikian surat Izin Penelitian ini kami sampaikan, terimakasih, dan dengan ini kami mengucapkan Wassalamu alaikum Wr. Wb.

HOTEL MANAGER



IRNA TANJUNG

NIVIA HOTEL
Jl. Letda Sujono No. 91, Bantan Timur - Deli Serdang 20223
Tlp : 061 - 7332999, 061-7357333

@niviahotel Nivia Hotel 0811 6188 933



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bila manggawab surti in agar diebutkan nomor dan tanggalnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK.KP/PT/XI/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, Rabu, 31 Mei 2023.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN
 N P M : 1903110053
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 SKS diperoleh : 124 SKS, IP Kumulatif 3,38

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Peretujuan
1	STRATEGI KOMUNIKASI MANAJER PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA HOTEL NIVA DI KOTA MEDAN	<input checked="" type="checkbox"/> 31 Mei 2023
2	STRATEGI KOMUNIKASI PEMALAMAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PRODUK LOKAL ASLI MEDAN YAITU DAYS PARFUME	<input type="checkbox"/>
3	STRATEGI MARKETING PT GLANZ KLINIK DALAM MEMARKAN PRODUK DAN MENARIL MINAT PELANGGAN	<input type="checkbox"/>

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

158. 19.311

Pemohon,

(..... MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi.....

Medan, tanggal 31 MEI2023.

Ketua
 Program Studi Ilmu komunikasi

(..... Akhyar Anshori, S.sos., M.I.kom)
 NIDN: 0127048401

(..... Dr. Faustina S. Sugi, M.P., M.I.Kom)
 NIDN: 0126127401





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar diutamakan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id>

fisp@umsu.ac.id

[umsu](#)

[umsu](#)

[umsu](#)

[umsu](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 858/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 31 Mei 2023, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN**
N P M : 1903110053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI MANAGER PUBLIC RELATION
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA HOTEL NIVIA DI
KOTA MEDAN**
Pembimbing : **Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 158.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 31 Mei 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 11 Dzulqaidah 1444 H
31 Mei 2023 M

Dekan,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bisa menjadi surti in agar disebutkan nomor dan tanggalnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id @umsumedan @umsumedan @umsumedan @umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 21 JUNI 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN
 N P M : 1903110053
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. BSO./SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023.. tanggal 21 JUNI dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI MANAJER PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA
 POLITIF PADA HOTEL NIVIA DI KOTA MEDAN

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menverujui :
 Pembimbing
 (Dr. FAUSTYNA S. Sos., M.M., M. (Kom)
 NIDN: 0126127401

Pemohon,
 (MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN)
 (1903110053)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1061/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 23 Juni 2023
Waktu : 10.00 WIB s.d selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.Likom.**



SK-4

Nc.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	MUHAMMAD MARSHAL GIBRAN	1903110053	CORRY NOVRICA, P SINAGA, S.Sos., M.A.	D. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.Likom.	STRATEGI KOMUNIKASI MANAGER PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA HOTEL NIVA DI KOTA MEDAN
12	H-EBRANSYAH PRASSTO	1803110128	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.Likom.	FIDHIL PAHL EWI HIDAYAT, S.Likom., M.Likom.	PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI KANTOR BALAI DESA BANDAR SEIJA PERCUT SEITUAN
13					
14					
15					

1

Medan, 02 Dzulkhlijah 1444 H
21 Juni 2023 M

a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Dr. ABRAR MOHDANI, S.Sos., M.Likom.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mengiwb surat in agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.linkedin.com/umsu.medan)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN
N P M : 190311005
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI MANAGER PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PARA HOTEL KUNIA DI KOTA MEDAN

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	31 Mei 2023	DISKUSI MENGENAI JUDUL DAN MASALAH YANG DIJAWAB	<i>[Signature]</i>
2.	19 Juni 2023	DISKUSI DAN REVISI PROPOSAL PENELITIAN	<i>[Signature]</i>
3.	20 Juni 2023	DISKUSI DAN REVISI PROPOSAL PENELITIAN	<i>[Signature]</i>
4.	21 Juni 2023	DISKUSI DAN ACC PROPOSAL PENELITIAN	<i>[Signature]</i>
5.	4 Juli 2023	DISKUSI DAN REVISI HASIL SEMINAR PROPOSAL	<i>[Signature]</i>
6.	13 Juli 2023	DISKUSI BAB I - BAB II DAN ACC PEDOMAN WAWANCARA	<i>[Signature]</i>
7.	14 Agustus 2023	DISKUSI SKRIPSI	<i>[Signature]</i>
8.	22 Agustus 2023	ACC SKRIPSI	<i>[Signature]</i>

Medan, 22 Agustus 2023



[Signature]
Ketua Program Studi,
Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

[Signature]
Arifin Saleh, S.Sos.,M.I.Kom
(.....)
NIDN: 0127048401

Pembimbing,

[Signature]
Dr. Fauziana, S.Sos.,M.M.,M.I.Kom
(.....)
NIDN: 0126127401



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysian Quality/Qualities Agency



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 1601/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 31 Agustus 2023
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya



Slk-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
16	IHSAN PRAYOGI	1903110088	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.kom.	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYATI, S.I.kom., M.I.kom.	MODEL GAYA KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN JNE SUB AGEN KISARAN
17	MUHAMMAD PUTRA PRATAMA HALAWA	1903110087	NURHASANAH NASUTION, S.Sos. M.I.kom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYATI, S.I.kom., M.I.kom.	PEMAKNAAN TRADISI MANGAI ADAT BATAK TOBA PADA MASYARAKAT BANDA ACEH (TINJAUAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)
18	MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN	1903110053	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYATI, S.I.kom., M.I.kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.kom.	STRATEGI KOMUNIKASI MANAGER PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA HOTEL NIVA DI KOTA MEDAN
19	MUKHTARIDIN MUSLIM	1903110226	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.kom.	Dr. SIGIT HARUYANTO, S.Sos., M.I.kom.	Dr. RIBUT PRADI, S.Sos., M.I.kom.	ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG DISKRIMINASI ANAK YANG TERPAPAR HIV DALAM FILM RIO THE SURVIVOR YANG YUDIE OKTAV
20	SILVIA RISKI SYAFITRI	1903110236	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.kom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMIANG DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Notulis Sidang :

Medan, 11 Sabtu 1445 H
28 Agustus 2023 M

Ditandatangani oleh :

Rektor
Prof. Dr. Ibrahim Arifin, SH, M.Hum

Ketua
D. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Sekretaris
Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.kom

MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN



TENTANG SAYA

PENGALAMAN 4 TAHUN BEKERJA DENGAN SISTEM ISA HOTEL , BASIC ROOM ATTENDANT,FRONT DESK AGENT/NIGHT AUDIT. TERAMPIL,KREATIF DAN INOVATIF , KETERAMPILAN BERKOMUNIKASI YANG BAIK, ENERJIC DAN MUDAH BER ADAPTASI DI TEMPAT BARU.

Tanggal Lahir
6 Maret 2001

KEBANGSAAN
INDONESIA



Jl Karya wisata kompleks taman johor baru blok b 1 no 1



marshalgibo06@gmail.com



+ 0895 0953 4347

PENGALAMAN KERJA

- **FDA/NIGHT AUDIT**
Nivia Hotel / Medan / Jun 2021 - Present
- **Reception/Housekeeping**
Marco Guest house & Appartment / Medan / Mar 2020 - Jun 2021
- **FDA/NIGHT AUDIT**
Lj Hotel Sriwijaya / Medan / Nov 2018 - Feb 2020
- **Sales Part Time**
RedDoorz office / Medan / Nov 2018-Feb 2020

PENDIDIKAN

- SEKOLAH DASAR HARAPAN MANDIRI
- SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI 28 MEDAN
- SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN MANAJEMEN PENERBANGAN MEDAN

SKILLS

CREATIVE	■■■■■
INNOVATIVE	■■■■■
COMMUNICATION	■■■■■
PROBLEM RESOLUTION	■■■■■