

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MELAKUKAN  
*REBRANDING* HOTEL**

**(Studi Kasus Pada Hotel Bumi Surabaya)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh:  
Qurrotu Aini  
1151400984**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2020**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MELAKUKAN  
REBRANDING HOTEL**

**(Studi Kasus Pada Hotel Bumi Surabaya)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh:  
Qurrotu Aini  
1151400984**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2020**

## **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Qurrotu Aini

NBI : 1151400984

Judul : Strategi *Public Relations* dalam Melakukan *Rebranding* (Studi Pada Hotel Bumi Surabaya)

Mengetahui:

Surabaya, 20 Juni 2020

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik  
Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya

Disetujui Oleh:  
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM

Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

## **TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana:

Dewan Penguji:

1. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

Ketua

2. Dr. Tri Yulianti, M.Si

Anggota

3. Dr. Tri Yulianti, M.Si

Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Qurrotu Aini

NBI : 1151400984

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MELAKUKAN *REBRANDING* (Studi Kasus Pada Hotel Bumi Surabaya)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 20 Juni 2020

Yang membuat pernyataan

Qurrotu Aini

## HALAMAN PERSEMBAHAN

---- *Teruntuk kedua orangtuaku yang senantiasa memberi imunisi kepada putra-putrinya untuk semangat melatih passion.*

---- *Teruntuk suami yang senantiasa memberi support dan memberi warna di hariku*

---- *Teruntuk kakakku yang selalu menjadi sosok inspirasi dihidupku.*

--- *Teruntuk anakku yang menjadikanku kuat dan memberi keceriaan dihidupku.*

---- *Semua sahabat-sahabatku yang selalu ada mewarnai hari-hariku.*

---- *Almamater Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

## MOTTO

*“Semua impian kita bisa terwujud jika memiliki keberanian untuk  
mengejarinya”*

*“Untuk mendapatkan apa yang diinginkan, kau harus bersabar  
dengan apa yang kau benci” ---- Imam Ghazali*



## ABSTRAK

Persaingan dunia bisnis dibidang jasa perhotelan semakin ketat hal tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Perubahan manajemen dan nama hotel beberapa kali merupakan sebuah tantangan *Public Relations* beserta seluruh manajemen hotel Bumi untuk memperkuat branding baru hotel Bumi Surabaya. Menjadi tugas seorang *Public Relations* membawa nama perusahaan menjadi lebih dikenal publik, karena nama sebuah merk (*brand*) merupakan hal penting bagi konsumen dalam memilih produk ataupun jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* Hotel Bumi Surabaya dalam melakukan *Rebranding*". Dengan berpegang pada metode kualitatif dan pendekatan studi kasus dan konsep komunikasi pemasaran menemukan bahwa *rebranding* pada hotel bumi Surabaya bertujuan untuk melakukan renovasi dan pembaruan *image* dan *brand*. Pada proses *rebranding* terdapat perubahan mulai dari nama, logo, slogan hingga penambahan fasilitas yang lebih menunjukkan keramahan dalam pelayanan Hotel Bumi Surabaya. Strategi yang dilakukan *Public Relations* dalam melakukan Rebranding Hotel Bumi Surabaya dengan melakukan pendekatan Persuasif dan Edukatif kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui bahwa hotel Bumi telah berubah manajemen. Hotel Bumi Surabaya juga melakukan tanggung jawab sosial saat melakukan Rebranding. Kegiatan tersebut dengan publikasi melalui media-media komunikasi dan juga berbagai spesial event.

**Kata Kunci : Hotel, *Public Relations*, *Rebranding*, Komunikasi Pemasaran**

## ***ABSTRACT***

Business world competition in hotel services, especially in Surabaya, is getting tougher. Intense competition between the hotels causes each hotel to try to provide services and facilities as much as possible. The change of management and hotel name several times is a challenge for Public Relations and all Bumi hotel management to strengthen the new Bumi Surabaya hotel branding. Being the duty of a Public Relations brings the name of the company to be better known to the public, because the name of a brand (brand) is important for consumers in choosing products or services. The purpose of this research is to find out how the Bumi Surabaya Hotel Public Relations strategy in rebranding ". By adhering to the qualitative method and case study approach this research uses the concept of marketing communication. Based on the findings of the researchers, the rebranding of the Bumi Surabaya hotel aims to renovate and renew the image and brand of an international hotel into a five-star standard hotel with a touch of a resort feel in the middle of the city. In the rebranding process, all elements changed from the name, logo, slogan to the addition of facilities that showed more hospitality in Bumi Surabaya Hotel services. The strategy is carried out using communication media through special events and various mass media, both local and national in promoting the Bumi Surabaya Hotel to consumers.

***Keywords: Hotel, Public Relations, Rebranding, Marketing Communications***

## KATA PENGANTAR

Memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya yang dilimpahkan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “**Strategi Public Relations Dalam Melakukan Rebranding (Studi Kasus Pada Hotel Bumi Surabaya)**”. Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, pemimpin umat islam dan menjadi teladan sepanjang zaman.

Peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang selalu membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini hingga dapat tersusun, kepada:

1. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA, Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Endro Tjahjono, MM, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M. Med.Kom, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Noorshanti Sumarah,, M.Ikom, dosen wali yang telah memberi arahan, saran dan semangat untuk peneliti.

5. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si, dosen pembimbing skripsi pertama yang telah mencurahkan segenap waktu, pikiran, arahan, saran dalam penulisan serta mengerjakan skripsi ini. Dan juga Selalu ada di saat peneliti membutuhkan bimbingan dan semangat.
6. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA, dosen pembimbing kedua yang telah memberi bimbingan semangat terhadap peneliti.
7. Kedua orangtuaku, yang menjadi penyemangat di saat lelah menghampiri. Menopang segala kebutuhan kegiatan penelitian dan mendoakan putrinya agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan berkah.
8. Suamiku Habib Ali Muhammad yang telah menjadi penyemangat dan tak lelah memberi support terhadap istrinya.
9. Kakakku Moch. Azhar Fuad yang selalu ada buat peneliti, yang selalu memberi semangat tiada henti untuk aku dalam menjalankan tugas akhir.
10. Anakku tercinta Bilqis Salsabila Azzahra yang selalu ada untukku, yang selalu memberi senyuman kebahagiaan di setiap hidupku dan di dalam senyumnya memberiku semangat untuk mengerjakan tugas akhir ini.

11. Prillia Oktaviani, S.Psi, sahabat sekaligus kakak yang senantiasa menemani di segala aktivitas, baik bimbingan, revisi, survey lokasi penelitian, memberi motivasi dan solusi agar bisa menyelesaikan tugas pendampingan. *Karena ini adalah semangat untuk terus berjuang untuk mengerjakan tugas akhir.*
12. Ibu mertua yang memberiku semangat dan mendengarkan ceritaku selama ini dan selalu mensupport peneliti.
13. Umi Khoiroh dan Rifdah, sahabat sekaligus kakak dan adik yang selalu mensupport dan memberi semangat.
14. Hotel Bumi Surabaya yang telah menjadi tempat peneliti yang menerima dengan baik.
15. Semua pihak yang telah membantu peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih dan selalu bahagia

Surabaya, 20 Juni 2020

Peneliti

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Tanda Persetujuan Skripsi .....	ii
Tanda Pengesahan Skripsi .....	iii
Surat Pernyataan Keaslian .....	iv
Halaman Persembahan .....	vi
Motto .....	vii
Abstrak .....	viii
Abstrack.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama .....	9
2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua .....	10
2.1.3. Penelitian Terdahulu Ketiga.....	11
2.1.4. Penelitian Terdahulu Keempat .....	12

2.1.5. Penelitian Terdahulu Kelima.....	13
2.2 Konsep .....	18
2.2.1. Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.2 <i>Brand</i> .....	21
2.2.3. <i>Rebranding</i> .....	26
2.2.4. <i>Public Relations</i> .....	29
2.2.5. Strategi <i>Public Relations</i> .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Metode Penelitian .....	39
3.2 Peran Penelitian .....	40
3.3 Subyek Penelitian .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5 Teknik Analisis Data .....	43
3.6 Keabsahan Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Hotel Bumi Surabaya .....	49
4.1.2 Perkembangan Akhir Perluasan Hotel .....	51
4.1.3 Klasifikasi Hotel .....	51
4.1.3 Fasilitas Hotel .....	52
4.2 Pembahasan .....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
5.1. Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	70
Daftar Pustaka.....	72
Lampiran .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Hotel Berbintang 5 di Surabaya .....	3
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	14



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses <i>Public Relations</i> .....	32
Gambar 2.2 Kerangka Pikiran .....	37
Gambar 4.1 Pintu Masuk Hotel Bumi Surabaya .....	49
Gambar 4.2 Lobby Lounge Hotel Bumi Surabaya .....	53
Gambar 4.3 Kizashi <i>Restaurant</i> .....	58
Gambar 4.4 Siti Inggil <i>Restaurant</i> .....	59
Gambar 4.5 Logo Sebelum <i>Rebranding</i> dan Setelah <i>Rebranding</i> .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Lampiran Pertanyaan .....	76
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian .....	77
Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian.....	78