

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN  
PERUBAHAN *CORPORATE IDENTITY*  
KEPADA PUBLIK EKSTERNAL  
(Kasus The Phoenix Hotel Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

oleh

NATALIA KUSUMANINGTYAS

05 09 02733 / kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2010

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN  
PERUBAHAN *CORPORATE IDENTITY*

KEPADA PUBLIK EKSTERNAL  
(Kasus The Phoenix Hotel Yogyakarta)

SKRIPSI

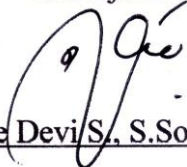
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai  
Gelar S.Sos pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

NATALIA KUSUMANINGTYAS

No. Mhs : 02733 / KOM

disetujui oleh:



Ike Devi S., S.Sos.,M.Si

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2010

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PERUBAHAN *CORPORATE IDENTITY* KEPADA PUBLIK EKSTERNAL (Kasus The Phoenix Hotel Yogyakarta)

Penyusun : Natalia Kusumaningtyas

NIM : 05 09 02733

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 3 September 2010

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran TU FISIP

### TIM PENGUJI

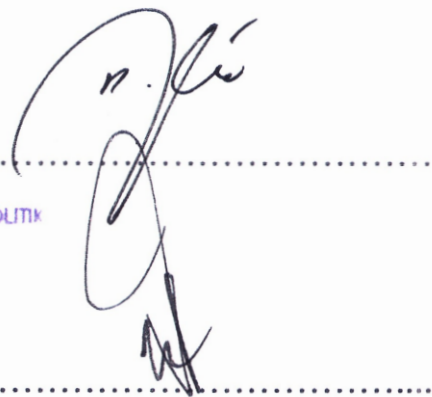
Prof. Andre A. Hardjana, Ph.D.

Penguji Utama



Ike Devi S., S.Sos., M.Si

Penguji I



Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si

Penguji II

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Natalia Kusumaningtyas

Nomer Mahasiswa : 05 09 02733

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PERUBAHAN *CORPORATE IDENTITY* KEPADA PUBLIK EKSTERNAL (Kasus The Phoenix Hotel Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, September 2010

Saya yang menyatakan



## ABSTRAK

Pada penelitian ini penulis mengambil judul mengenai Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisasikan Perubahan *Corporate Identity* Kepada Publik Eksternal (Kasus The Phoenix Hotel Yogyakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisasikan Perubahan *Corporate Identity* Kepada Publik Eksternal (Kasus The Phoenix Hotel Yogyakarta). Penelitian skripsi ini adalah penelitian kualitatif, dimana pada penelitian ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi.

Perubahan identitas yang dialami Grand Mercure Yogyakarta beberapa waktu yang lalu, dikarenakan hotel ini memenuhi 4 klasifikasi hotel yang dapat bergabung dalam Label MGallery Collection yaitu visi, sejarah, desain, lokasi, dengan dipenuhinya keempat persyaratan pokok tersebut maka Grand Mercure Yogyakarta dengan Brand Grand Mercure saat ini menjadi The Phoenix Hotel Yogyakarta dengan Label MGallery Collection.

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi dalam mensosialisasikan perubahancorporate identity kepada public eksternal menunjukkan bahwa *Public Relations* Departemen The Phoenix Hotel Yogyakarta diberi kepercayaan untuk merancang strategi komunikasi dalam mensosialisasikan perubahan tersebut kepada public eksternal. Strategi komunikasi yang dipilih dan dijalankan adalah *Brand Campaign*, perencanaan strategis juga dimulai dengan menetapkan tujuan yang akan dicapai adalah memberikan informasi kepada publik eksternal mengenai perubahan identitas hotel, mengantisipasi anggapan dari publik bahwa dengan perubahan ini hotel keluar dari Accor atau terjadi sesuatu yang buruk di dalam hotel, membuat publik tidak lagi menyebutkan nama Grand Mercure tetapi The Phoenix Hotel. Publik eksternal yang menjadi sasaran adalah pengguna jasa & calon pengguna jasa, pemerintah, media, corporate, komunitas sekitar hotel, travel agent, dan setiap publik sasaran tersebut memiliki cara penyampaiannya sendiri, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (bermedia). *Brand Campaign* sendiri diwujudkan dalam program kerja/*action plan* yang dilaksanakan kurang lebih selama 3 bulan, yaitu *press conference & re-branding party*, *roadshow/media visit* yang dilaksanakan di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Semarang, Bali, dan *switch communication National Newspaper*.

Penyusunan komponen komunikasi menjadi pendukung dari strategi yang dijalankan. Penyusunannya dimulai dengan perancangan pesan yang akan disampaikan, komunikator disetiap program/kegiatan re-branding, media massa yang mencakup radio, televisi, koran serta majalah yang dijadwalkan untuk diundang dalam press conference serta dikunjungi dalam roadshow/media visit.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Sosialisasi, *Corporate Identity*, The Phoenix Hotel Yogyakarta

Janganlah Hendaknya Kamu Kuatir Tentang Apapun Juga, Tetapi Nyatakanlah Dalam Segala Hal Keinginanmu Kepada ALLAH Dalam Doa Dan Permohonan Dengan Ucapan Syukur.

(FILIPPI 4 : 6)

KARENA.....

Segala Perkara Dapat Kutanggung Di Dalam DIA Yang Memberi Kekuatan kepadaku.

(FILIPPI 4 : 13)

Skripsi ini khusus dipersembahkan untuk  
(Bapak, Mama, Riyan, Ayuk, dan Kristian)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena kasih dan karuniaNya yang sungguh luar biasa besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PERUBAHAN *CORPORATE IDENTITY* KEPADA PUBLIK EKSTERNAL (Kasus The Phoenix Hotel Yogyakarta)”. Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, tenaga, dan bimbingan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, Tuhan yang senantiasa melimpahkan kasih dan karunia yang sungguh luar biasa dan memberikan banyak kekuatan, pertolongan, petunjuk dan harapan yang begitu luarbiasa besar kepada penulis.
2. Keluarga tercinta Bapak, Mama, Riyan, Ayuk, yang selalu memberikan motivasi, cinta, doa, dorongan, serta fasilitas kepada penulis.
3. Kristian Setya Nugroho yang selalu memberikan motivasi, dukungan, waktu, dan cintanya kepada penulis.
4. Seluruh keluarga besar Hardjo Sumartan, terutama Pakdhe dan BudeTris, Nastiti Primasari (ima), terimakasih untuk doa dan motivasi yang diberikan, serta tidak lupa kepada bulik yanti dan seluruh keluarga besar eyang Dawud Dahlan Solo, terimakasih untuk doa dan dorongannya.
5. Ibu Ike Devi S., S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing dan penguji I, terimakasih banyak untuk kesabaran, masukan, dan motivasi yang diberikan kepada penulis mulai dari proposal sampai skripsi ini selesai dikerjakan.

6. Prof. Andre A. Hardjana, Ph.D. selaku penguji utama, terimakasih banyak untuk semua masukan dan saran yang telah diberikan kepada penulis pada saat ujian berlangsung.
7. Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si selaku penguji II, terimakasih banyak untuk semua masukan dan saran yang telah diberikan kepada penulis pada saat ujian berlangsung.
8. Seluruh dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah mengajar penulis selama kuliah di Program Studi Ilmu Komunikasi dan Konsentrasi Stud Hubungan Masyarakat Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
9. Ibu Wiwied AW, selaku *Public Relations Manager* The Phoenix Hotel Yogyakarta, mbak Elga, ibu Sri Astuti, Karin, bapak HadiSuwarno yang telah banyak meluangkan waktu dan telah memberikan materi, saran dan masukan kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan penulis yang tergabung dalam ibu-ibu OK PR, Dissa, Sylvi, Paula, Nova, terimakasih banyak untu kdudukan dan perhatian yang begitu berarti kepada penulis.
11. Ira, Riris, Vira, Ririth, Tita dan semua teman-teman yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, terimakasih banyak untuk semuadukungan kalian.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per atu, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi inimasih jauh dari sempurna karena keterbatasan engetahuan dan waktu yang penulis miliki. Akhir kata semoga laporan ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta,            September 2010

Penulis



## DAFTAR ISI

Halaman Judul _____	i
Halaman Persetujuan _____	ii
Halaman Pengesahan _____	iii
Halaman Pernyataan _____	iv
Abstrak _____	v
Halaman Persembahan _____	vi
Kata Pengantar _____	vii
Daftar Isi _____	ix
Daftar Tabel _____	xii
Daftar Lampiran _____	xiii

### **BAB I            PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang _____	1
2. Rumusan Masalah _____	6
3. Tujuan _____	7
4. Kerangka Teori	
4.1 Public Relations _____	7
4.2 Publik _____	8
4.3 Corporate Identity _____	10
4.4 Strategi Komunikasi _____	16
4.5 Sosialisasi Corporate Identity _____	31
5. Kerangka Konsep	
5.1 Strategi Komunikasi _____	38

5.2 Sosialisasi Perubahan Corporate Identity _____	45
5.3 Corporate Identity _____	47
5.4 Publik _____	49
6. Metodologi Penelitian	
6.1 Penelitian Kualitatif _____	50
6.2 Lokasi penelitian _____	51
6.3 Sumber Data _____	51
6.4 Teknik Pengumpulan Data _____	52
6.5 Analisis Data _____	52

## **BAB II        DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

1. Sejarah The Phoenix Hotel Yogyakarta _____	54
2. Lokasi The Phoenix Hotel Yogyakarta _____	55
3. Visi Hotel _____	55
4. Fasilitas Hotel _____	58
5. Gambaran Tentang perubahan Corporate Identity _____	61

## **BAB III        HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS**

1. Hasil Penelitian	
A. Corporate Identity The Phoenix Hotel Yogyakarta _____	62
B. Label MGallery Collection _____	73
C. Strategi Komunikasi _____	76
D. Perencanaan Pelaksanaan Brand Campaign. _____	94
2. Analisis Hasil Penelitian	
2.1 Analisis Strategi Komunikasi _____	101

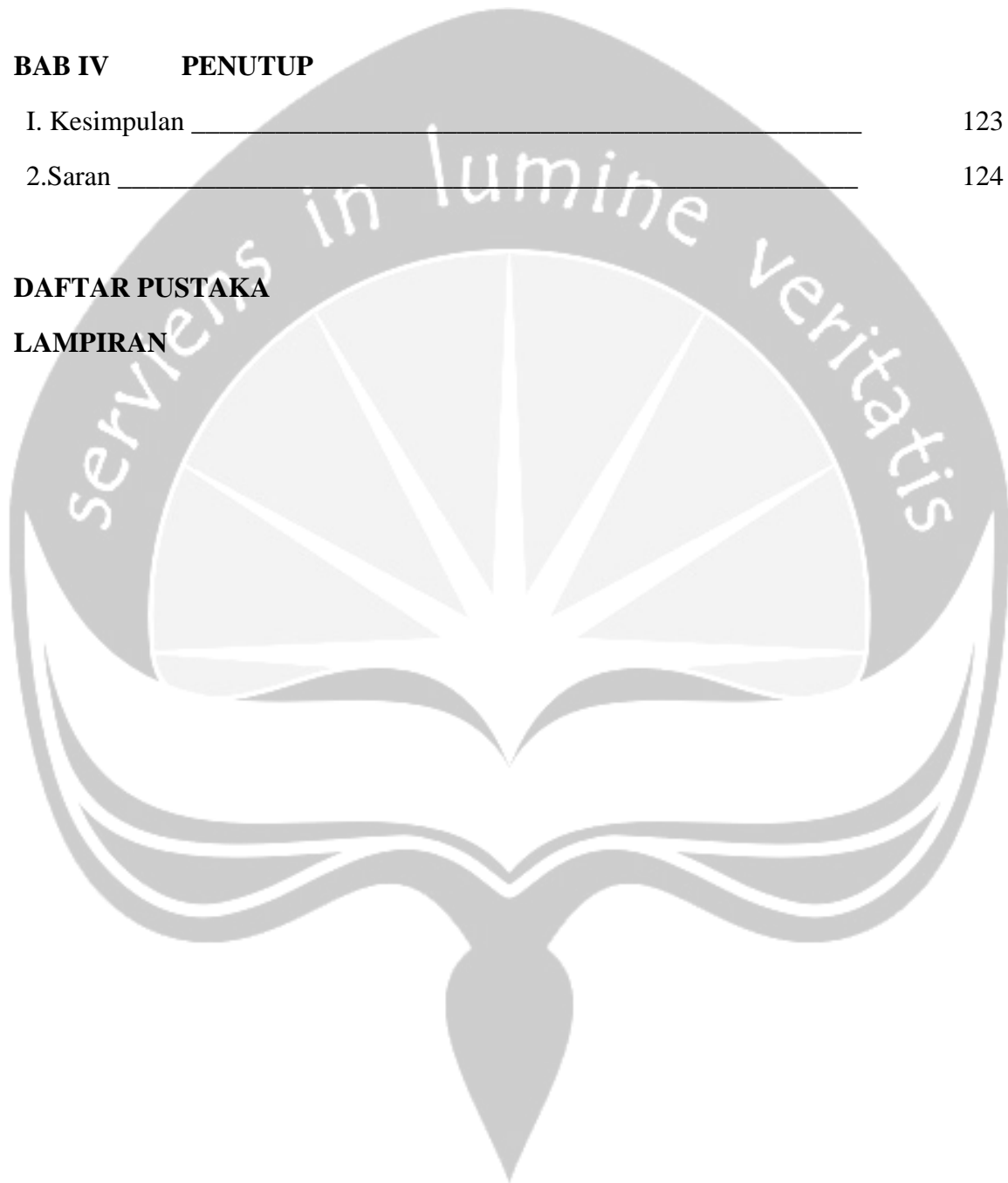
2.2 Analisis Sosialisasi Corporate Identity _____	118
---	-----

**BAB IV      PENUTUP**

I. Kesimpulan _____	123
2.Saran _____	124

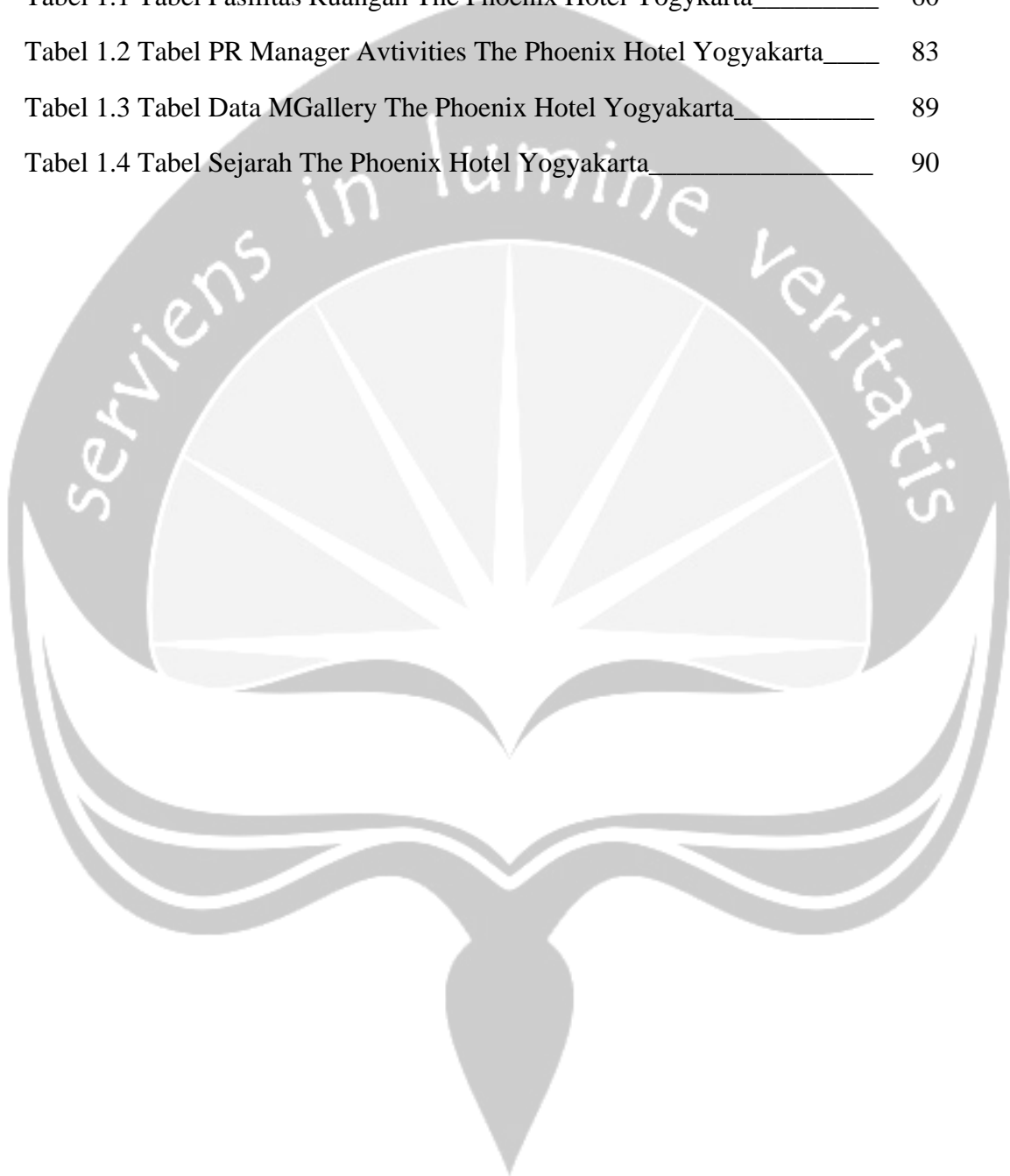
**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Fasilitas Ruangan The Phoenix Hotel Yogyakarta_____	60
Tabel 1.2 Tabel PR Manager Activities The Phoenix Hotel Yogyakarta_____	83
Tabel 1.3 Tabel Data MGallery The Phoenix Hotel Yogyakarta_____	89
Tabel 1.4 Tabel Sejarah The Phoenix Hotel Yogyakarta_____	90



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan
- Lampiran 2 : Poster The Phoenix Hotel Yogyakarta
- Lampiran 3 : Lokasi The Phoenix Hotel Yogyakarta
- Lampiran 4 : Historical Date Of The Hotel
- Lampiran 5 : A Brief History Of The Phoenix Hotel Yogyakarta
- Lampiran 6 : MGallery
- Lampiran 7 : Press Release
- Lampiran 8 : Berita The Phoenix Hotel Yogyakarta di beberapa media cetak
- Lampiran 9 : In House Tour
- Lampiran 10 : Foto-foto
- Lampiran 11 : Interview Guide