

LAPORAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI MANAJEMEN KEHUMASAN DEPARTEMEN SALES & MARKETING PADA NEW NORMAL DALAM RE-OPENING GRAND EDGE HOTEL SEMARANG



**IMANUEL GEORGIO RIZKY
16.M1.0021**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

LAPORAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI MANAJEMEN KEHUMASAN DEPARTEMEN SALES & MARKETING PADA NEW NORMAL DALAM RE-OPENING GRAND EDGE HOTEL SEMARANG

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh:
IMANUEL GEORGIO RIZKY
16.M1.0021

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

IMPLEMENTASI MANAJEMEN KEHUMASAN DEPARTEMEN SALES & MARKETING PADA NEW NORMAL DALAM RE-OPENING GRAND EDGE HOTEL SEMARANG

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundangan yang berlaku.

Semarang, 29 Januari 2021



Immanuel Georgio Rizky

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Implementasi Manajemen Kehumasan Departemen Sales & Marketing pada New Normal dalam Re-opening Grand Edge Hotel Semarang

Diajukan oleh : Imanuel Georgio Rizky
NIM : 16.M1.0021
Tanggal disetujui : 18 Desember 2020 Telah setujui oleh
Pembimbing 1 : Drs. St. Hardiyarso M.Hum.
Pembimbing 2 : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.
Pengaji 1 : Drs. St. Hardiyarso M.Hum.
Pengaji 2 : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.
Pengaji 3 : Rotumiar Pasaribu S.S., M.I.Kom.
Ketua Program Studi : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.
Dekan : Dr. Marcella Elwina Simandjuntak S.H., CN., M.Hum.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.M1.0021

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imanuel Georgio Rizky

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Nonekslusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Implementasi Manajemen Kehumasan Departemen Sales & Marketing pada New Normal dalam Re-opening Grand Edge Hotel Semarang”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 29 Januari 2021

Yang menyatakan



Immanuel Georgio Rizky

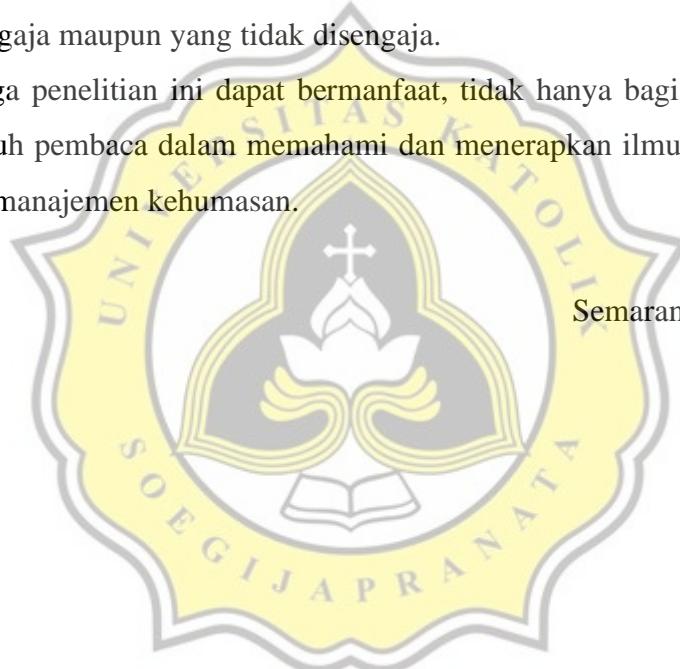
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) yang berjudul “Implementasi Manajemen Kehumasan Departemen *Sales & Marketing* pada *New Normal* dalam *Re-opening* Grand Edge Hotel Semarang”. Selain itu, penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih kepada

1. Kedua orangtua dan segenap keluarga yang senantiasa mendukung, menyemangati, dan memberikan doa paling tulus agar putranya menyelesaikan studi dengan baik.
2. Prof. Dr. Ridwan Sanjaya, SE., S.Kom., MSIEC selaku Rektor Unika Soegijapranata.
3. Dr. Marcella Elwina Simanjuntak, SH., CN., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi.
4. Rotumiari Pasaribu, SS., M.I.Kom selaku Dosen Pengaji yang telah memberikan penilaian, pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
5. Drs. Stevanus Hardiyarso, M. Hum, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis.
6. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis.
7. Joko Priyono, selaku *Hotel Manager*, Bernadeta Yuliyanti, selaku *Sales & Marketing Manager*, dan Sasha Aliviani selaku *Event Coordinator* Grand Edge Hotel Semarang yang telah menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Seluruh staf Departemen *Sales & Marketing* Grand Edge Hotel Semarang, yakni Mbak Riska, Mbak Laras, dan Mas Rendy yang telah memberikan banyak ilmu serta pengalaman baru dan membantu dalam memberikan informasi dalam Tugas Akhir (Skripsi) ini.

9. Elsa Natalia Adiwono sebagai teman perjalanan hidup, teman yang mendukung penyelesaian skripsi, teman diskusi, dan sekaligus teman kerja terbaik yang pernah saya miliki.
10. Seluruh teman seangkatan maupun lintas angkatan Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah menjadi teman diskusi, dan penyemangat.
11. Seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
Penulis meminta maaf sebesar-besarnya jika dalam proses bimbingan, dan/atau selama proses penelitian terdapat banyak kesalahan kata maupun perilaku, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis, tapi juga pada seluruh pembaca dalam memahami dan menerapkan ilmu-ilmu komunikasi, utamanya manajemen kehumasan.



Semarang, Desember 2020

A handwritten signature in black ink, which appears to read "Immanuel Georgio". The signature is written in a cursive style with some loops and variations in thickness.

Immanuel Georgio

ABSTRACT

Grand Edge Hotel Semarang re-opened on June 9, 2020. This re-opening was carried out as a simulation of the implementation of the New Normal service standard. This re-opening was attended by Grand Edge Hotel's stakeholders, namely Deputy Mayor of Semarang, Head of Culture and Tourism Office of Semarang City, Head of the Association of Indonesian Hotels and Restaurants Central Java Branch, and also the media. The re-opening conducted by simulating the arrival of guests, use of rooms, and use of meeting rooms. This re-opening carried out by the Sales and Marketing Department as executor of Public Relations duties in the Grand Edge Hotel Semarang.

Re-opening with simulation was conducted to reduce the level of equivocality circulating in the community as a result of COVID-19. Therefore, Public Relations Management is needed so that the objectives of the re-opening can be achieved properly. The purpose of this research is to find out the implementation of Public Relations Management. The focus of this research is a four-step problem solving management process conducted by the Sales and Marketing Department on the re-opening of Grand Edge Hotel Semarang.

This research refers to Public Relations Management according to Cutlip, Center and Broom. The data were obtained by interviews, documentation, and library studies. The interviews were conducted to related officers in Grand Edge Hotel Semarang. The obtained data then were analyzed by Miles and Huberman's method.

Key words: Re-opening Hotel, New Normal, Public Relations Management

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Kerangka Berpikir.....	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
1.7 Tatakala Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Perhotelan.....	19
2.3 <i>New Normal</i> (Kenormalan Baru).....	21
2.3.1 <i>New Normal</i> di Indonesia	23
2.3.1.1 <i>New Normal</i> di Sektor Perhotelan dan Restoran Indonesia pada Departemen Pemasaran & Komunikasi (<i>Marketing & Communication Department</i>).....	26

2.4 Landasan Teori	27
2.4.1 Teori Informasi Organisasi (<i>Organizational Information Theory</i>)	27
2.4.1.1 Mengurangi Ekuivokalitas: Mencoba Menggunakan Informasi	28
A. Penetapan: Memberikan Arti Penting dalam Pesan	28
B. Seleksi: Menginterpretasikan Masukan.....	29
C. Penyimpanan: Mengingat Hal-Hal Kecil	29
2.4.2 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	30
2.4.2.1 Pengertian Humas.....	30
2.4.2.2 Khalayak Humas	31
2.4.2.3 Kegiatan Humas	33
A. Internal Humas.....	33
B. Eksternal Humas	34
2.4.3 Manajemen Kehumasan (<i>Public Relations Management</i>)	36
2.4.3.1 Pengertian Manajemen Kehumasan	36
2.4.3.2 Empat Langkah Proses Manajemen Pemecahan Masalah Hubungan Masyarakat	38
A. Mendefinisikan Problem (atau peluang)	38
B. Perencanaan dan Penetapan Program.....	40
C. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi	41
D. Mengevaluasi Program.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Metode Penelitian	45
3.2 Teknik Pengumpulan Data	46
3.2.1 Data Primer	46
1. Wawancara.....	46
2. Observasi	47
3. Pendokumentasian.....	47
3.2.2 Data Sekunder	47
3.3 Lokasi dan Subjek Penelitian	48

3.4 Teknik Analisis Data.....	48
3.4.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	49
3.4.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	49
3.4.3 Verifikasi Data/Penarikan Kesimpulan (<i>Verification / Conclusion Drawing</i>).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1 Sejarah dan Profil Singkat Grand Edge Hotel Semarang	51
4.1.2 Informasi Hotel	53
4.1.3 Struktur Organisasi.....	54
4.2 Departemen <i>Sales & Marketing</i> Grand Edge Hotel Semarang	56
4.3 Pembahasan	58
4.3.1 Mendefinisikan Problem (atau peluang)	59
4.3.2 Perencanaan dan Penetapan Program.....	66
4.3.3 Mengambil Tindakan dan Berkommunikasi	70
4.3.4 Mengevaluasi Program	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.1.1 Tahap Mendefinisikan Problem (Peluang)	94
5.1.2 Tahap Perencanaan dan Penetapan Program	94
5.1.3 Tahap Mengambil Tindakan dan Berkommunikasi	94
5.1.4 Tahap Evaluasi Program.....	95
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	12
Gambar 2.1 Proses Empat Langkah Hubungan Masyarakat.....	38
Gambar 2.2 Tahap dan Level untuk Mengevaluasi Program Humas	44
Gambar 4.1 Grand Edge Hotel Semarang.....	53
Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi Grand Edge Hotel Semarang	55
Gambar 4.3 Persiapan Simulasi Pengukuran Suhu Tubuh Sebelum Memasuki Area Hotel	71
Gambar 4.4 Persiapan Simulasi Penyediakan Wastafel dan <i>Hand Sanitizer</i>	72
Gambar 4.5 Persiapan Simulasi Kondisi <i>Front Desk</i> Grand Edge Hotel Semarang	73
Gambar 4.6 Persiapan Simulasi Penyediaan Master untuk Tamu.....	74
Gambar 4.7 Persiapan Simulasi Kondisi <i>Lift</i> Grand Edge Hotel Semarang	74
Gambar 4.8 Persiapan Simulasi Imbauan di Area Umum	75
Gambar 4.9 Simulasi Kedatangan Tamu beserta <i>Stakeholders</i>	78
Gambar 4.10 Simulasi Penggunaan Kamar oleh <i>Stakeholders</i>	79
Gambar 4.11 Simulasi Konferensi Pers di Ruang Rapat	80
Gambar 4.12 Unggahan Wakil Wali Kota Semarang pada Akun Instagram Pribadinya	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tatakala Penelitian	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Analisis <i>The Seven Communications (7C's)</i>	82
Tabel 4.2 Analisis Media Terkait Berita <i>Re-opening Grand Edge Hotel Semarang</i>	87



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Transkrip Wawancara Lengkap (Verbatim).....	101
LAMPIRAN 2 Foto Bersama Narasumber	113
LAMPIRAN 3 <i>Press Release</i> Departemen Sales & Marketing Grand Edge Hotel Semarang.....	114

