

**PENERAPAN *BRAND REJUVENATION* PADA PERHOTELAN
DI KOTA SEMARANG DALAM MASA PANDEMI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah
satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu
Komunikasi



NAMA: ONG KELVIN INDRA PURNOMO
NIM: 17.M1.0002

Dosen Pembimbing:

Drs. St. Hardiyarso, M. Hum (NPP. 05811993139)

Rotumiar Pasaribu, S. S., M.I.Kom (NPP. 05812014294)

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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ong Kelvin Indra Purnomo

NIM : 17.M1.0002

Progdi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Penerapan Brand Rejuvenation Perhotelan di Kota Semarang dalam Masa Pandemi tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku



Semarang, 7 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Ong Kelvin Indra Purnomo

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

PENERAPAN BRAND REJUVENATION PERHOTELAN DI KOTA SEMARANG DALAM MASA PANDEMI

Disusun oleh:

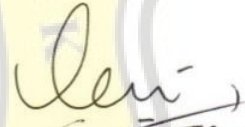

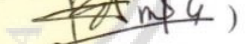
ONG KELVIN INDRA PURNOMO

17.M1.0002

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji,
pada tanggal 4 Agustus 2022 .

Dosen Penguji :

1. Bernadeta Lenny Setyowati, SS., M.I.Kom
2. Drs. St. Hardiyarso, M. Hum
3. Rotumiar Pasaribu, S. S., M.I.Kom

()
()
()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Pada tanggal:

8 Agustus 2022




Dr. Marcella Elwina S, SH. CN. M.Hum.

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ong Kelvin Indra Purnomo
Progdi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul Penerapan Brand Rejuvenation Perhotelan di Kota Semarang dalam Masa Pandemi beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 7 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Ong Kelvin Indra Purnomo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesainya proses penulisan skripsi dengan judul “PENERAPAN *BRAND REJUVENATION* PADA PERHOTELAN KOTA SEMARANG DALAM MASA PANDEMI”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata-1 dalam Ilmu Komunikasi.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan dari orang-orang terkasih. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Segenap Dosen Pembimbing dan Penguji yang telah dengan sabar membimbing penulis dalam menyusun penulisan skripsi ini hingga selesai,
2. Segenap Dosen Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata,
3. Segenap pihak yang telah mendukung yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga, segala kebaikan dan dukungan dari pihak-pihak di atas mendapatkan berkat yang melimpah dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis sungguh menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saya memohon kritik dan saran yang dapat membangun dari seluruh pihak demi membangun laporan skripsi ini.

Akhirnya, besar harapan penulis bahwa laporan ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Terima kasih.

Semarang, 30 Juni 2022

Penulis,



Ong Kelvin Indra Purnomo

ABSTRACT

The hospitality sector as one of the pillars of revenue for the tourism sector in Indonesia experienced a great decline when pandemic hit. Survey data from Badan Pusat Statistik said, the occupancy rate of hotel rooms has reached the lowest point, which was only 12.67% in May 2020. The research entitled "Implementation of Brand Rejuvenation in Hospitality in Semarang City during Pandemic Period" has a problem formulation of how the application of brand rejuvenation in hotels in Semarang City during the pandemic. The purpose of this study was to find out how the brand rejuvenation strategy and its application to hospitality in the city of Semarang during the pandemic. This research was conducted based on the theory of brand rejuvenation from A. B. Susanto and Himawan Wijanarko.

This study uses a qualitative-descriptive method. Primary and secondary sources data has been taken from interviews with the related sources and observations made on social media content from some of the selected hotels. The data was analyzed using techniques from Miles and Huberman, which are data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The research was concluded that the hotel brand rejuvenation strategy during the pandemic was about "healthy and friendly". This strategy mainly includes updating the latest health protocols according to government recommendations. The renewal of health protocols is contained in various matters, such as the use of the Peduli Lindungi app, maintaining distance in potential crowds area, standardizing the use of disinfectants in potentially crowded areas and guest rooms. Various new uses that are relevant to the situation and conditions are also held, such as free Rapid Test facilities, as well as other facilities that support the staycation trend, such as updating room television services with Netflix. As hotels have become relevant to the times, room occupancy rates can rise steadily at 60-70%.

Keywords: *brand rejuvenation, hospitality, Covid-19*

ABSTRAK

Sektor perhotelan sebagai salah satu pilar pendapatan sektor pariwisata di Indonesia mengalami keterpurukan yang hebat ketika diterjang pandemi tahun 2020. Sebanyak lebih dari 2.000 hotel ditutup di Indonesia, dengan potensi kerugian mencapai Rp. 30 triliun (Januari-April 2020). Bahkan, diambil dari data survei Badan Pusat Statistik, tingkat keterhunian kamar hotel pernah mencapai poin terendah, yakni hanya sebanyak 12,67% pada Mei 2020. Penelitian dengan judul “Penerapan *Brand Rejuvenation* pada Perhotelan di Kota Semarang dalam Masa Pandemi” memiliki rumusan masalah bagaimana penerapan *brand rejuvenation* pada perhotelan di Kota Semarang dalam masa pandemi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *brand rejuvenation* serta penerapannya pada perhotelan di Kota Semarang dalam masa pandemi. Penelitian ini berdasarkan teori *brand rejuvenation* dari A. B. Susanto dan Himawan Wijanarko.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data-data primer dan sekunder yang diambil dari hasil wawancara bersama narasumber terkait dari beberapa hotel yang terpilih serta pengamatan yang dilakukan pada konten-konten media sosial dari beberapa hotel terpilih tersebut. Data akan dianalisa menggunakan teknik dari Miles dan Huberman, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Landasan teori yang digunakan adalah teori *brand* dan *brand rejuvenation*.

Berdasarkan analisa penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa strategi *brand rejuvenation* hotel dalam masa pandemi adalah “*healthy and friendly*”. Strategi ini utamanya mencakup pembaharuan protokol kesehatan terkini sesuai anjuran pemerintah. Pembaharuan protokol kesehatan tertuang dalam berbagai hal, seperti penggunaan aplikasi Peduli Lindungi, penjagaan jarak di area berpotensi terjadi keramaian, standarisasi penggunaan disinfektan pada area berpotensi keramaian dan kamar. Berbagai penggunaan baru yang relevan dengan situasi dan kondisi juga diadakan, seperti fasilitas Rapid Test gratis, serta fasilitas lain yang mendukung tren *fun staycation* seperti pembaharuan layanan televisi kamar dengan adanya Netflix. Karena hotel telah menjadi relevan dengan jaman, angka tingkat hunian kamar dapat naik stabil di 60-70%.

Keywords: *brand, brand rejuvenation, perhotelan, Covid-19*

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah	iii
Kata Pengantar	iv
Abstract	v
Abstrak	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Lampiran	ix
BAB I: PENDAHULUAN	
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Permasalahan	6
1. 3 Tujuan Penelitian	6
1. 4 Kegunaan Penelitian	6
1. 5 Lokasi dan Tata Kala Penelitian	7
1. 6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2. 1 Penelitian Terdahulu	10
2. 2 Studi Literatur.....	13
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	
3. 1 Metode Riset	22
3. 2 Subjek dan Objek Penelitian	23
3. 3 Sumber dan Jenis Data	23
3. 4 Teknik Pengumpulan & Pencatatan Data	25
3. 5 Teknik Analisis & Intrepretasi Data	26
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	
4. 1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	29
4. 2 Hasil dan Pembahasan	31
a. Grand Candi Hotel	31
b. PO Hotel	47
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
5. 1 Kesimpulan	58
5. 2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Beetle Sphere	32
Gambar 4. 2 Lobby Grand Candi Hotel	33
Gambar 4. 3 Logo Grand Candi Hotel	34
Gambar 4. 4 Karakter Grand Candi Hotel di Instagram “MinHo”	36
Gambar 4. 5 Kegiatan High Fashion Charity Photo Hunt	37
Gambar 4. 6 The Dog that Walk The Man	38
Gambar 4. 7 Pasar Senggol Grand Candi Hotel 2019	40
Gambar 4. 8 Peduli Lindungi Grand Candi Hotel	42
Gambar 4. 9 Restoran Grand Candi Hotel	42
Gambar 4. 10 Segel Kamar Grand Candi Hotel	43
Gambar 4. 11 Smart TV Grand Candi Hotel	44
Gambar 4. 12 Kegiatan The Art and Technique of Napkin Folding	45
Gambar 4. 13 Logo PO Hotel	47
Gambar 4. 14 Gedung PO Hotel	48
Gambar 4. 15 Ulasan Pengunjung PO Hotel melalui Traveloka.com	49
Gambar 4. 16 Lobby PO Hotel	49
Gambar 4. 17 Logo Pollux Properties Indonesia	51
Gambar 4. 18 Sterilisasi Koper Pengunjung dengan Disinfektan	53
Gambar 4. 19 Fasilitas Rapid Test Gratis PO Hotel	54
Gambar 4. 20 Penjagaan Kualitas serta Kebersihan Makanan PO Hotel	55
Gambar 4. 21 Protokol Kesehatan Kamar PO Hotel	56
Gambar 4. 22 Promo Staycation Deals PO Hotel	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan & Jawaban dari Narasumber.....	62
Lampiran 2 Foto Peneliti bersama Narasumber	66

