

**ANALISIS STRATEGI RELASI KOMUNITAS DALAM UPAYA MEMBENTUK
CITRA ORCHARDZ HOTEL GROUP JAKARTA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



Alyaa Hanifah Rahmadhanty

1211003030

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Alyaa Hanifah Rahmadhanty

NIM : 1211003030

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alyaa', with a stylized flourish below it.

Tanggal : 22 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alyaa Hanifah Rahmadhanty
NIM : 1211003030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi Relasi Komunitas dalam Upaya Membentuk Citra Orchardz Hotel Group Jakarta

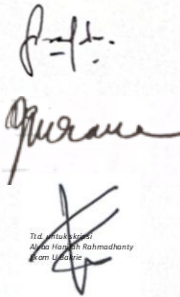
Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Fadhlanti Sharief, S.IP., M.A.

Pembahas 1 : Mirana Hanathasia, S.sos., M. Media Prac., CSRA

Pembahas 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 September 2025

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, serta pertolongan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Strategi *Public Relations* dalam Merangkul Komunitas untuk Meningkatkan Citra Orchardz Hotel Group Jakarta**” dengan baik. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi ketentuan akademik pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Penulisan laporan ini bertujuan untuk menyajikan hasil perancangan dan penelitian yang telah peneliti lakukan secara sistematis, melalui proses riset yang berkesinambungan serta didukung oleh sumber-sumber yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan penuh rasa syukur, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT yang yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, serta pertolongan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Orang tua dan adik tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral, serta motivasi tanpa henti sepanjang proses penyusunan laporan tugas akhir ini.
3. Dosen pembimbing peneliti yakni Fadhlanti Sharief, S.IP., M.A, yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Dosen penguji, yang telah memberikan kritik dan saran membangun demi kesempurnaan laporan tugas akhir ini.
5. Pihak *Marketing Communications & Public Relations* Orchardz Hotel Group Jakarta yakni Stefy Octaviana dan Senna Wijaya, yang telah memberikan izin, dukungan, dan informasi penting dalam mendukung proses penelitian.
6. Teman-teman dekat peneliti, yang selalu memberikan semangat, bantuan, serta kebersamaan selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
7. Pasangan peneliti yakni Alvin Reyhan, yang senantiasa memberikan motivasi, doa, serta dukungan moral di setiap tahap penyusunan laporan ini.

8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apa pun selama penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi penyajian maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan laporan ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, menjadi referensi yang berguna, serta memberikan wawasan baru bagi pembaca yang tertarik pada pengembangan desain kendaraan listrik, khususnya untuk mendukung operasi penyisiran pada rute bencana alam di Indonesia.

Jakarta, 22 Agustus 2025



Peneliti,
Alyaa Hanifah. R

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademika Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alyaa Hanifah Rahmadhanty

NIM : 1211003030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Strategi Relasi Komunitas dalam Upaya Membentuk Citra Orchardz Hotel Group Jakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 2 September 2025

Yang menyatakan



Alyaa Hanifah. R

**ANALISIS STRATEGI RELASI KOMUNITAS DALAM UPAYA MEMBENTUK
CITRA ORCHARDZ HOTEL GROUP JAKARTA**

Alyaa Hanifah. R

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan bisnis perhotelan, rendahnya tingkat hunian kamar akibat menurunnya daya beli masyarakat, berkurangnya loyalitas pelanggan, dan penurunan pendapatan industri karena kebijakan efisiensi anggaran pemerintah. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi relasi komunitas yang dijalankan oleh Orchardz Hotel Group Jakarta dalam membentuk citra hotel serta mengidentifikasi bentuk program kerja sama yang diterapkan sebagai bagian dari strategi *Public Relations* (strategi PR). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orchardz Hotel Group Jakarta telah menerapkan strategi PR berbasis proses RACE (*Research, Action, Communication, Evaluation*) melalui berbagai program yang melibatkan komunitas sesuai dengan nilai perusahaan. Relasi yang dibangun menciptakan hubungan positif, meskipun efektivitas jangka panjang masih memerlukan keberlanjutan program. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi PR berbasis *community relations* mampu meningkatkan citra hotel, mengubah persepsi publik bahwa Orchardz Hotel Group Jakarta bukan hanya hotel bintang empat, tetapi juga perusahaan yang peduli, aktif, dan memiliki nilai sosial tinggi.

Kata kunci: Strategi *Public Relations*, Relasi Komunitas, Citra Perusahaan

**ANALYSIS OF COMMUNITY RELATIONS STRATEGY IN SHAPING THE IMAGE
OF ORCHARDZ HOTEL GROUP JAKARTA**

Alyaa Hanifah. R

ABSTRACT

In response to the intense competition in the hospitality industry, low room occupancy due to declining consumer purchasing power, decreased customer loyalty, and reduced industry revenue resulting from government budget efficiency policies, this study aims to analyze the community relations strategies implemented by Orchardz Hotel Group Jakarta in shaping the hotel's image and to identify the forms of collaborative programs applied as part of its Public Relations (PR) strategy. The research employs a descriptive qualitative method through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings indicate that Orchardz Hotel Group Jakarta has implemented a PR strategy based on the RACE process (Research, Action, Communication, Evaluation) through various programs involving the community in alignment with the company's values. The relationships established create positive engagement, although the long-term effectiveness requires program continuity. The study concludes that a PR strategy based on community relations can enhance the hotel's image, shifting public perception of Orchardz Hotel Group Jakarta from merely a four-star hotel to a company that is caring, active, and socially responsible.

Keywords: Public Relations Strategy, Community Relations, Corporate Image

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep yang Relevan	9
2.1.1 <i>Public Relations</i>	9
2.1.2 <i>Community Relations</i>	14
2.1.3 <i>Image (Citra)</i>	18
2.1.4 Hotel.....	21
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	28
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III.....	32

METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain dan Pendekatan	32
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	33
3.3 Pengumpulan Data.....	34
3.4 Metode Analisis Data	36
3.5 Triangulasi Data	38
3.6 Operasionalisasi Konsep	41
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	43
4.1.1 Profil Orchardz Hotel Group Jakarta	43
4.1.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	44
4.1.3 Struktur Organisasi	45
4.1.4 Logo dan Makna	49
4.1.5 Gambaran Produk Perusahaan	51
4.1.6 Profil Informan.....	55
4.2 Penyajian Data	57
4.2.1 Strategi <i>Public Relations</i> Orchardz Hotel Group Jakarta dalam Merangkul Berbagai Komunitas	57
4.2.2 Bentuk Program Kerja Sama yang Dilakukan oleh Orchardz Hotel Group Jakarta dengan Berbagai Komunitas	67
4.2.3 Dimensi Citra yang ingin ditingkatkan oleh Orchardz Hotel Group Jakarta.....	86
4.3 Pembahasan dan Diskusi	95
4.3.1 Analisis Strategi <i>Public Relations</i> melalui Program Kolaborasi Bersama Komunitas pada Orchardz Hotel Group Jakarta.....	95
4.3.2 Analisis Hubungan <i>Community Relations</i> yang Dibangun oleh Orchardz Hotel Group Jakarta Bersama Komunitasnya.....	109
4.3.2 Analisis Tujuan <i>Community Relations</i> yang Dibangun oleh Orchardz Hotel Group Jakarta Bersama Komunitasnya.....	113
4.3.3 Analisis Dimensi Citra yang Ingin Ditingkatkan oleh Orchardz Hotel Group Jakarta Bersama Komunitas dan Publiknya.....	116
BAB V	121
SIMPULAN DAN SARAN	121

5.1 Simpulan	121
5.2 Kendala dan Keterbatasan	122
5.3 Saran dan Implikasi	123
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya	123
5.3.2 Saran Untuk Orchardz Hotel Group Jakarta	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Hotel dan Jasa Akomodasi Lainnya, tahun 2020 –2024	3
Gambar 1.2 Grafik Penurunan Tingkat Okupansi Hotel	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Orchardz Hotel Group Jakarta	45
Gambar 4.2 Logo Orchardz Hotel Group Jakarta	49
Gambar 4.3 Grand Orchardz Kemayoran Jakarta	51
Gambar 4.4 Orchardz Hotel Industri.....	52
Gambar 4.5 Orchardz Hotel Jayakarta	53
Gambar 4.6 Orchardz Hotel Bandara.....	54
Gambar 4.7 Program Kerja Sama dengan Komunitas Kesehatan.....	67
Gambar 4. 8 Program Kerja Sama dengan Komunitas Lingkungan	70
Gambar 4.9 Program Kerja Sama dengan Komunitas Seniman Lokal	73
Gambar 4.10 Program Kerja Sama dengan Komunitas Media Sosial & Digital	76
Gambar 4.11 Program Kerja Sama dengan Komunitas Masyarakat Sekitar	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	28
Tabel 3.1 Operasional Konsep	41
Tabel 4.1 Profil Informan	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara <i>Marketing Communications & Public Relations Manager</i> Orchardz Hotel Group Jakarta.....	127
Lampiran 2. Transkrip Wawancara <i>Staff Marketing Communications & Public Relations</i> Orchardz Hotel Group Jakarta	136
Lampiran 3. Transkrip Wawancara <i>Followers Akun Media Sosial</i> Orchardz Hotel Group Jakarta.....	145
Lampiran 4. Transkrip Wawancara <i>Followers Akun Media Sosial</i> Orchardz Hotel Group Jakarta.....	149
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Perwakilan Komunitas dari Orchardz Hotel Group Jakarta.....	153
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Perwakilan Komunitas dari Orchardz Hotel Group Jakarta.....	158
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Triangulator	163