

**ANALISIS PERSEPSI TAMU HOTEL SWISS-BELRESIDENCES RASUNA
EPICENTRUM PADA KOMUNIKASI *PUBLIC RELATION* DAN REPUTASI
HOTEL**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Ilmu Komunikasi**



**ALAMSYAH
2241023029**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Alamsyah

NIM : 2241023029

Tanda Tangan : 

Tanggal : September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

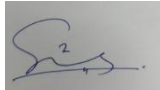
Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Alamsyah
NIM : 2241023029
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tesis : Analisis Persepsi Tamu Hotel Swiss-Belresidences Rasuna
Epicentrum Pada Komunikasi *Public Relation* dan Reputasi
Hotel

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi – Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. ()

Penguji I : Dr. Siti Komsiah, S.IP, M.Si. ()

Penguji II : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si., CICS ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan Tesis ini. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan Tesis ini, saya akan kesulitan untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan tulus saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan dalam penyusunan Tesis ini;
2. Ibu Dr. Siti Komsiah, S.IP, M.Si. dan Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si., CICS yang telah turut membantu memberikan arahan dan perbaikan untuk penelitian ini pada saat proses sidang tesis sehingga dapat menjadi penelitian yang dapat di pertanggung jawabkan.
3. Kedua orang tuaku tercinta Bapak M. Hasan dan Ibu Rukaya, Kakak dan Iparku serta keponakanku terkasih, dalam gelap dan terang, sempit dan lapang kehidupan kita. Terimakasih atas doa dan harapan yang terus mengalir demi tercapainya mimpi dan cita-cita;
4. Manajemen Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum yang telah memberikan kesempatan hingga dapat melakukan penelitian, memperoleh data dan merampungkan penelitian sesuai target saya;
5. Seluruh angkatan Magister Ilmu Komunikasi Batch 6, seperjuangan yang tidak akan pernah hilang kenangannya. Terimakasih telah bahu-membahu saling memotivasi, menarik satu sama lain demi sama-sama mencapai garis akhir kemenangan meraih gelas Magister;
6. The Greatest Love untuk diri saya sendiri, terimakasih telah terus bertahan sejauh ini bahkan disaat jatuh namun terus kembali bangkit.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, September 2026



Alamsyah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Alamsyah
NIM : 2241023029
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Tesis

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:

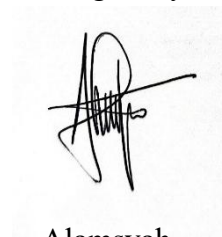
Analisis Persepsi Tamu Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum Pada Komunikasi *Public Relation* dan Reputasi Hotel

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : September 2026

Yang menyatakan



Alamsyah

Analisis Persepsi Tamu Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum Pada Komunikasi *Public Relation* dan Reputasi Hotel

Alamsyah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi tamu terhadap komunikasi *public relation* dan reputasi Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif untuk menggambarkan penilaian responden berdasarkan indikator-indikator komunikasi *public relation* dan reputasi hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi *public relation* berada pada kategori cukup dengan tingkat capaian responden sebesar 66,80%. Indikator hubungan pers memperoleh capaian tertinggi sebesar 68,00%, sedangkan *capability of audience* memperoleh capaian terendah sebesar 66,00%. Sementara itu, reputasi Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum juga berada pada kategori cukup dengan tingkat capaian reponden sebesar 67,70%. Indikator keunggulan memperoleh capaian tertinggi sebesar 69,00%, sedangkan indikator konsistensi dan pengalaman serta *social responsibility* memperoleh capaian terendah, masing-masing sebesar 66,40%. Secara keseluruhan persepsi tamu terhadap komunikasi *public relation* dan reputasi Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum berada pada kategori cukup dan belum sepenuhnya optimal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen hotel untuk mempertahankan aspek yang telah dinilai baik serta meningkatkan aspek komunikasi, konsistensi dan pengalaman, dan tanggung jawab sosial yang masih memiliki capaian lebih rendah.

Kata Kunci: Persepsi Tamu, Komunikasi *Public Relation*, Reputasi Hotel, Analisis Deskriptif

Analysis of Hotel Guests Perception of Public Relations Communication and Hotel Reputation at Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum

Alamsyah

ABSTRACT

This study aims to analyze guests perception of public relations communication and the reputation of Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum Hotel. This study employed a quantitative approach with a descriptive analysis method to describe respondents assessments based on the indicators of public relations communication and hotel reputation. The result indicate that public relations communication was categorized as moderate, with a respondent achievement rate of 66,80%. The media relations indicator obtained the highest achievement rate of 68,00%, while the capability of audience indicator obtained the lowest rate of 66,00%. Meanwhile, the reputation of Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum Hotel was categorized as moderate, with a respondent achievement rate of 67,70%. The excellence indicator obtained the highest achievement rate of 69,00%, whereas the consistency and experience and social responsibility indicators obtained the lowest achievement rates, each at 66,40%. Overall, guests perception of public relations communication and the reputation of Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum Hotel were categorized as moderate and had not yet reached an optimal level. The findings of this study are expected to serve as an evaluation for hotel management to maintain aspects that have received favorable assessments while improving communication, consistency and experience, and social responsibility, which still have relatively lower achievement rates.

Keywords: *Guests Perception, public Relations Communication, Hotel Reputation, Descriptive Analysis*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Komunikasi Public Realtion	10
2.1.1 Fungsi Public Realtion	11
2.1.2 Peran Public Realtion	13
2.1.3 Komunikasi Public Relation dalam Industri Hospitality	14
2.1.4 Customer Realtion	15
2.1.5 Indikator Komunikasi Public Relation dengan Tamu	15
2.2 Pengertian Reputasi Perusahaan	17
2.2.1 Dimensi Reputasi Perusahaan	19
2.2.2 Indikator Reputasi Perusahaan.....	20
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
3.2 Penentuan Lokasi Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Alat Pengumpulan Data.....	33
3.6 Jenis dan Sumber Data	33
3.6.1 Jenis Data	33
3.6.2 Sumber Data	34
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.8 Prosedur Analisis Data.....	36
3.8.1 Pengukuran Variabel.....	36
3.8.2 Uji Validitas	37
3.8.3 Uji Reliabilitas	38
3.8.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.1 Visi	41
4.1.2 Misi	41
4.1.3 Logo dan Makna Logo.....	43
4.1.4 Struktur Organisasi.....	43
4.1.5 Tugas dan Fungsi Divisi	44
4.1.5.1 Front Office Department	44
4.1.5.2 House Keeping Department	44
4.1.5.3 Food and Beverage Department.....	45
4.1.5.4 Sales and Marketing Department.....	45
4.1.5.5 Human Resource Department	45
4.1.5.6 Finance Departmen	45
4.1.5.7 Engineering Department.....	45
4.1.5.8 Security Department	45
4.1.6 Produk dan Layanan Perusahaan	46
4.1.7 Profil Responden Penelitian.....	46
4.1.7.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.7.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	48
4.1.7.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.7.4 Profil Responden Berdasarkan Lama Menginap	50
4.1.8 Analisis Data Deskriptif.....	51

4.1.8.2 Penilaian Terhadap Variabel Komunikasi <i>Public Relation</i>	52
4.1.8.3 penilaian Terhadap Variabel Reputasi	54
4.2 Pembahasan.....	57
4.2.1 Interpretasi Komunikasi <i>Public Realtion</i> Pada Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum.....	57
4.3.1 Interpretasi Reputasi pada Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum	60
4.3.2 Interpretasi Seluruh Variabel Penelitian Berdasarkan Perspektif Teori pada Hotel Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR LAMPIRAN	
Lampiran 1. Koesioner	
Lampiran 2. Konversi Nilai Koesioner	
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS Ver. 25	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hotel Kompetitor Swiss-Belresidences Rasuna Epicentrum	1
Table 1.2 Guest Complain.....	6
Table 1.3 Review Hotel by OTA.....	7
Table 2.1 Penelitian terdahulu.....	22
Table 3.1 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	40
Table 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
Table 4.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48
Table 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Table 4.4 Profil Responden Berdasarkan lama menginap.....	50
Table 4.5 Penilaian Variabel Komunikasi Public Relation	52
Table 4.6 Tingkat Capaian Responden Variabel Komunikasi Public Relation.....	53
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Reputasi	55
Table 4.8 Tingkat Capaian Responden Variabel Reputasi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	31
------------	--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Tabulasi Hasil Kuesioner

Lampiran 3: Hasil Olah Data SPSS Ver. 25