

**PERAN DAN FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENSOSIALISASIKAN PERUBAHAN *CORPORATE*
IDENTITY KEPADA PUBLIK INTERNAL DAN EKSTERNAL
PADA DIVISI *PUBLIC RELATIONS* DI INTERCONTINENTAL
RESORT BALI**

SKRIPSI

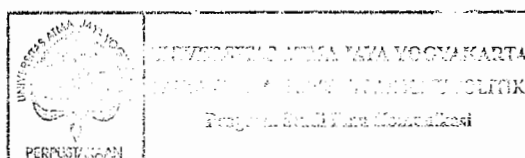


Disusun Oleh:

N. L. G MAYRINA PURNAMASARI

NPM: 99 09 01219

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2005**



**PERAN DAN FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENSOSIALISASIKAN PERUBAHAN *CORPORATE*
IDENTITY KEPADA PUBLIK INTERNAL DAN EKSTERNAL
PADA DIVISI *PUBLIC RELATIONS* DI
INTERCONTINENTAL RESORT BALI**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas dan Syarat Memperoleh Gelar Kesarjanaan
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

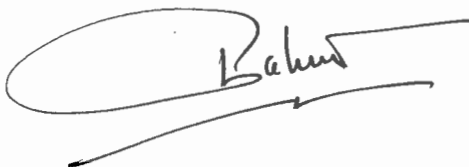
Disusun Oleh:

Ni Luh Gede Mayrina Purnamasari

01219/KOM

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



(Drs. Setio Budi HH., M.Si.)

Dosen Pembimbing II



(Meylani Yo, S.Sos.)

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN DAN FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENSOSIALISASIKAN PERUBAHAN *CORPORATE IDENTITY*
KEPADA PUBLIK INTERNAL DAN EKSTERNAL PADA DIVISI *PUBLIC
RELATIONS* DI INTERCONTINENTAL RESORT BALI**

Skripsi Ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Tim Penguji Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 11 November 2005

Jam : 12.00 WIB

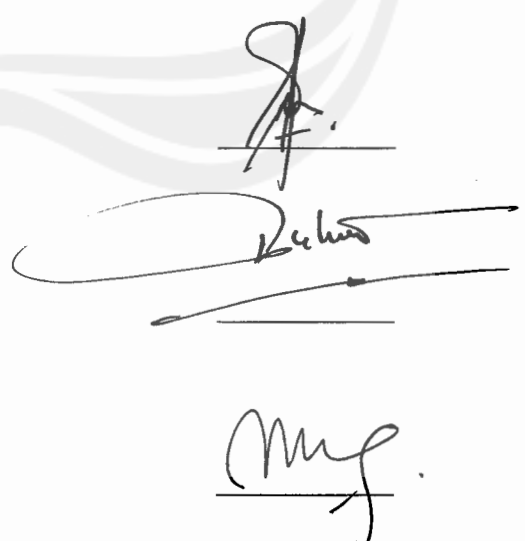
Tempat : Ruang Pendadaran 1 Lt. 1 FISIP
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Tim Penguji:

F. Anita Herawati, M.Si.
Penguji Utama

Drs. Setio Budi HH., M.Si.
Penguji I

Meylani Yo, S.Sos.
Penguji II



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ni Luh Gede Mayrina Purnamasari
No. Mahasiswa : 01219
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Peran dan Fungsi *Public Relations* dalam Mensosialisasikan Perubahan *Corporate Identity* kepada Publik Internal dan Eksternal pada Divisi *Public Relations* di InterContinental Resort Bali.

Menyatakan dengan sesungguhnya 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 dan non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

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

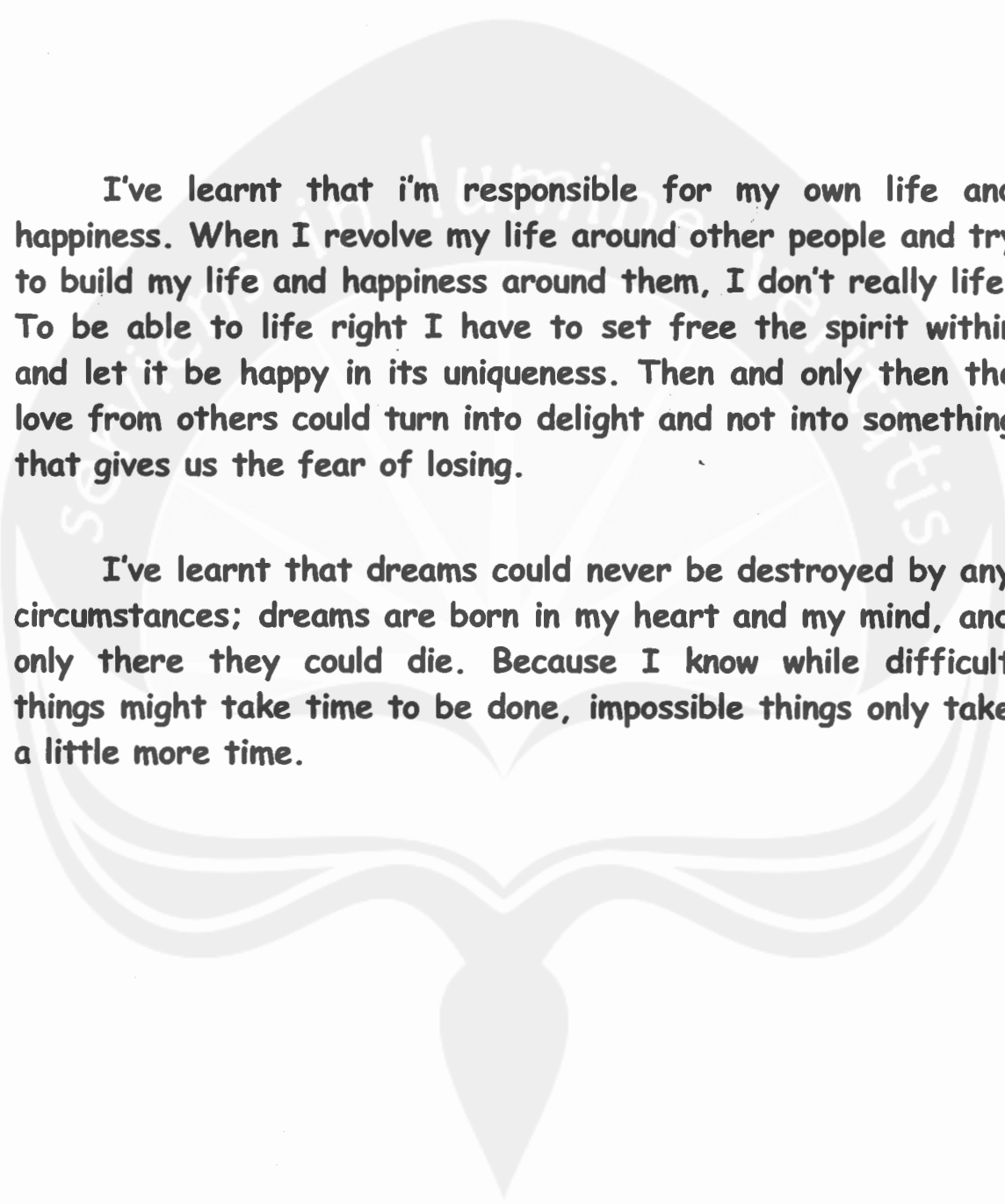
Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 28 November 2005



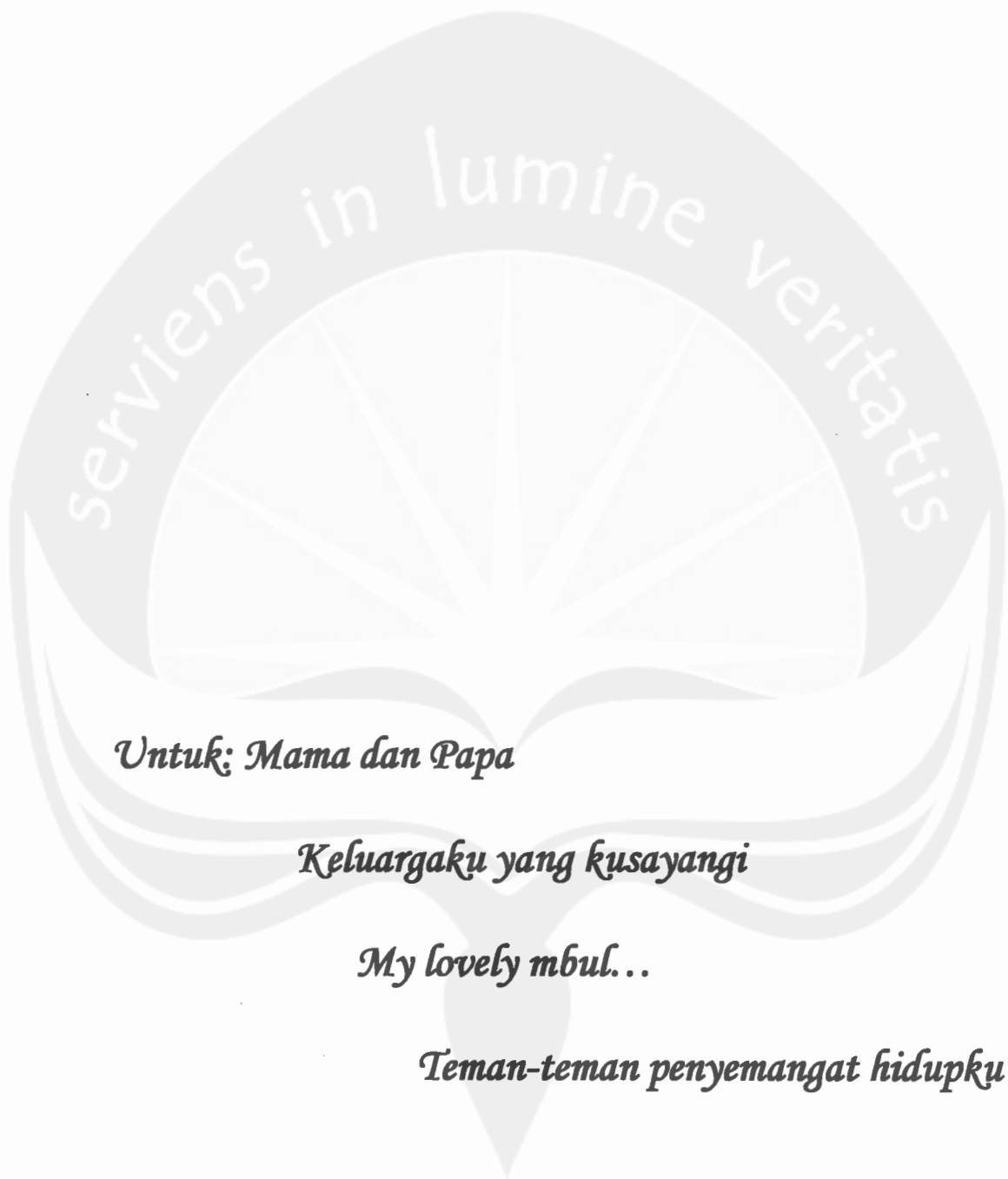
4
Mayrina

(Ni Luh Gede Mayrina Purnamasari)



I've learnt that i'm responsible for my own life and happiness. When I revolve my life around other people and try to build my life and happiness around them, I don't really life. To be able to life right I have to set free the spirit within and let it be happy in its uniqueness. Then and only then the love from others could turn into delight and not into something that gives us the fear of losing.

I've learnt that dreams could never be destroyed by any circumstances; dreams are born in my heart and my mind, and only there they could die. Because I know while difficult things might take time to be done, impossible things only take a little more time.



Untuk: Mama dan Papa

Keluargaku yang kusayangi

My lovely mbul...

Teman-teman penyemangat hidupku

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Skripsi dengan judul “ **Peran dan Fungsi *Public Relations* dalam Mensosialisasikan Perubahan *Corporate Identity* kepada Publik Internal dan Eksternal pada Divisi *Public Relations* di InterContinental Resort Bali** ” akan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. General Manager InterContinental Resort Bali: Mr. Amadeo Zarzosa
2. Director of Sales and Marketing InterContinental Resort Bali: Mrs. Heather Cornish
3. Ibu Dewi Anggraini, Public Relations Manager InterContinental Resort Bali
4. Ibu Ketut Arini, Guest Service Officer, dan seluruh staf Guest Service Department InterContinental Resort Bali
5. Ibu F. Anita Herawati, M.Si., selaku Dosen Penguji Utama, yang juga telah memberikan saya beberapa masukan yang sangat membantu saya
6. Bapak Drs. Setio Budi, HH., M.Si selaku Dosen Pembimbing I, atas bimbingannya
7. Ibu Meylani Yo, S.Sos, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah dengan sabar memberikan semangat, masukan dan bimbingan

8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan membantu saya selama kuliah di FISIP Atma Jaya Yogyakarta.
9. Seluruh Staf Tata Usaha FISIP Atma Jaya Yogyakarta
10. Keluargaku....Mama, Papa dan Ibu, we jogja sekeluarga, dan seluruh keluarga besar Sahadewa 20 for all the prayers, love, and support...
11. My lovely gurlz....Prima (we can make it mogs!), Etin n' family, Nila, Anast, Alie, Devi, Novi, tengkyu buat semua bantuannya,...and fur the unforgettable moments
12. Dearest friends... Itha (feel the "sunrise" together??! hehe), Ika, Ina, Donnie (yg paling rajin mengunjungiku di jogja...haha), Antari, d'dut (yang selalu ready menjemputku kalo aku pulang hehe), adi chedut, me-q, ikhsan the pooh, blaky (thanx dah nganterin interview + ngubek2 InterCont + data2nya), leonk, pontil, turah yuda, jody, dan smuanya.....hidup terasa sangat indah bersama kalian ☺
13. Temen2 di dieng: my bedfellow....cimas, lincie (thanx printernya...dan semua bantuannya..yang udah banyak banget hehe), ambari, henny, eka, botuna, ria, ari, puji, heni, vontie, kadek, rani, temen2 di gatak: apenk (untung ada apenk di detik2 terakhir hehe), a-juice, wo2k, dublak, otong (fur the org. chart), mochie, hevie.....makasi yah buat semua dukungan dan suasana kekeluargaannya...you guys are my truly best friends.
14. Komunikasi 99'...Penjor (fur the suggest), panji - ara - ade - kanis - endri (bwat "refreshing" sehari sebelum pendadaran hehe), adek purnami, Sisil, Cynthia, desy, santika, reza, dodid, yoko, agung arnita, cebonk, lina, goen, kiki and everyone who have been really helpful, that i couldn't mention...thank's guys !!

15. Wisnu Saputra ...hehe finally I made it! Makasi yah... for every single thing u did for me especially all support, love, and, pray. I really need them in my life

16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu dalam tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini sehingga segala kritik dan saran yang mendukung perbaikan laporan ini sangat penulis perhatikan. Semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Yogyakarta, 28 November 2005



(Ni Luh Gede Mayrina Purnamasari)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori	8
F. Kerangka Konsep.....	48
G. Metode Penelitian.....	60
1. Jenis Penelitian.....	60

2. Lokasi Penelitian.....	61
3. Obyek Penelitian	61
4. Subyek Penelitian.....	61
5. Sumber Data.....	61
6. Metode Pengumpulan Data.....	62
7. Analisis Data	62

BAB II. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah dan Perkembangan InterContinental Hotels and Resort	64
B. Visi dan Misi InterContinental Resort Bali	65
C. Struktur Organisasi.....	66
D. <i>Sales and Marketing Department</i> InterContinental Resort Bali	72
E. Divisi <i>Public Relations</i> InterContinental Resort Bali.....	83
F. Fasilitas	84
F.1 Jenis dan Fasilitas Kamar	84
F.2 Fasilitas <i>Food and Beverage</i>	85
F.3 Fasilitas <i>Banquet/ Conference</i>	88
F.4 Fasilitas Rekreasi	90
F.5 Fasilitas Lainnya	91
G. <i>Corporate Identity</i> Lama.....	93
G.1 Nama Perusahaan	93
G.2 Visi dan Misi	93
G.3 Manajemen	94

H. <i>Corporate Identity</i> Baru	94
H.1 Nama Perusahaan	94
H.2 Visi dan Misi	94
H.3 Manajemen	94
I. Implikasi Perubahan <i>Corporate Identity</i> Terhadap Perusahaan	95
J. Periode Waktu Perubahan <i>Corporate Identity</i> dan Pensosialisasian.....	95
 BAB III. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Hasil Penelitian	97
A.1 Gambaran Umum <i>Corporate Identity</i> InterContinental Resort Bali	97
A.2 <i>Corporate Identity</i> InterContinental Resort Bali.....	99
A.3 Sosialisasi Perubahan <i>Corporate Identity</i> InterContinental Resort Bali	129
A.4 Tugas dan Tanggungjawab Divisi <i>Public Relations</i> dalam Mensosialisasikan Perubahan <i>Corporate Identity</i>	138
A.4.1. Divisi <i>Public Relations</i> InterContinental Resort Bali	138
A.4.2. Tugas dan Tanggungjawab Divisi <i>Public Relations</i> dalam Mensosialisasikan Perubahan <i>Corporate Identity</i>	139
B. Analisis	142
B.1 <i>Corporate Identity</i> InterContinental Resort Bali	142
B.2 Sosialisasi Perubahan <i>Corporate Identity</i> InterContinental Resort Bali	154

B.3 Peran dan Fungsi Divisi *Public Relations* dalam Mensosialisasikan

Perubahan *Corporate Identity*.....167

BAB IV. PENUTUP

A. Kesimpulan181

B. Kritik dan Saran184

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Protokol Studi
- Lampiran 2 : *Interview Guide*
- Lampiran 3 : Surat Keterangan
- Lampiran 4 : InterContinental Resort Bali: *News!*
- Lampiran 5 : InterContinental Resort Bali: *"You Are A Partner In Success"*
- Lampiran 6 : The Agenda: *Launching of Vision, Mission, and Core Value*
- Lampiran 7 : *News; Resort Activities*
- Lampiran 8 : Contoh *internal e-mail*
- Lampiran 9 : *Room Rates*
- Lampiran 10 : Denah Lokasi InterContinental Resort Bali
- Lampiran 11 : InterContinental Resort Bali *General Information*
- Lampiran 12 : *Press Releases*
- Lampiran 13 : Brosur *Priority Club*
- Lampiran 14 : *Corporate Identity* Lama InterContinental Resort Bali
- Lampiran 15 : *Coporate Identity* Baru InterContinental Resort Bali
- Lampiran 16 : Struktur Lama *Sales and Marketing Department*
- Lampiran 17 : Struktur Baru *Sales and Marketing Department*
- Lampiran 18 : Struktur Organisasi Lama InterContinental Resort Bali
- Lampiran 19 : Struktur Organisasi Baru InterContinental Resort Bali

ABSTRAKSI

Persaingan yang ketat dalam bidang industri dan jasa menyebabkan perusahaan baik yang bergerak dalam bidang jasa maupun industri memiliki tantangan untuk tetap terus bertahan dan mampu bersaing. *Corporate identity* menjadi hal yang sangat penting untuk memperkenalkan perusahaan dan menjadi identitas yang membedakan perusahaan dengan perusahaan lainnya melalui presentasi visual dan non visual yang mengenalkan kepribadian serta perilaku perusahaan melalui kehidupan internal dan eksternal yang menunjukkan keinginan untuk mencapai tujuan sesuai dengan visi dan misi. Beberapa waktu yang lalu kita kerap mendengar perusahaan yang mengalami perubahan *corporate identity*. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran bahwa untuk tetap terus eksis haruslah berubah agar menjadi lebih baik. Perubahan ini dapat dilatarbelakangi oleh pergantian manajemen atau kepemilikan, usia organisasi yang sudah cukup panjang, pembaharuan *image* dan sebagainya yang mengharuskan organisasi untuk berubah. Hal inilah yang terjadi pada InterContinental Resort Bali yang mengalami pergantian kepemilikan dan sebagai usaha memperbaharui *image* untuk menyikapi persaingan yang ada sebagai salah satu hotel yang bertaraf internasional sehingga terjadi perubahan *corporate identity*. Berbicara mengenai *image* dan berhubungan dengan publik internal dan eksternal, maka erat kaitannya dengan *Public Relations* yang merupakan corong komunikasi perusahaan untuk menjaga hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal, dan bertanggungjawab terhadap *image* perusahaan. Dalam perubahan *corporate identity* InterContinental Resort Bali, Divisi *Public Relations* bertugas mensosialisasikan agar *corporate identity* tersebut dapat melekat di benak publik.

Studi ini menitikberatkan pada bagaimana perubahan *corporate identity* tersebut dan sosialisasinya serta peran dan fungsi *Public Relations* yang dijalankan oleh Divisi *Public Relations* dalam sosialisasi tersebut. Dalam kerangka mencapai pemahaman mengenai studi ini, maka pendekatan deskriptif kualitatif dipakai sebagai metode penelitian. Data penelitian dikumpulkan melalui teknik wawancara, dokumentasi, serta studi pustaka. Adapun tempat penelitian yang menjadi unit kajian adalah InterContinental Resort Bali, Jl. Uluwatu-Jimbaran Bali.

Hasil studi ini menunjukkan bahwa perubahan *corporate identity* ini tentu sangat penting disosialisasikan kepada publik internal dan eksternal. Persesuaian paham yang baik oleh publik internal dan pemahaman serta penerapan nilai-nilai yang termasuk di dalam *corporate identity* ke dalam kehidupan sehari-hari akan mencerminkan kepribadian dan perilaku perusahaan yang merupakan gambaran dari identitas perusahaan yang akan diterima dan dinilai oleh publik eksternal sehingga diharapkan *image* yang diinginkan dari perubahan *corporate identity* ini dapat tercapai. Sosialisasi yang baik tentunya memerlukan strategi tertentu sehingga tujuan dari program sosialisasi tersebut dapat tercapai. Karena sosialisasi tersebut merupakan tanggungjawab Divisi *Public Relations*, maka hal-hal yang melatarbelakangi pemilihan strategi dan strategi yang dilakukan dapat mengidentifikasikan peran *Public Relations* dalam sosialisasi tersebut, dan dengan melihat peran yang dijalankannya, dapat dicermati fungsi dari *Public Relations* dalam program sosialisasi tersebut dan fungsi *Public Relations* pada Divisi *Public Relations* secara keseluruhan dalam perusahaan.