

Kinerja public relations dalam mengubah citra korporasi Hotel Horison

Panjaitan, Catherina

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=20316196&lokasi=lokal>

Abstrak

Kajian terhadap kinerja public relations Hotel Horison dalam mengubah citra korporasi, berangkat dari pemikiran bahwa dalam persaingan bisnis dewasa ini, citra korporasi sangat menentukan sukses atau tenggelamnya suatu usaha. Hal ini sudah terbukti pada banyak kasus, termasuk Hotel Horison sendiri pada tahun 1981 hingga tahun 1986. Citra Hotel Horison ketika itu identik dengan hotel judi dan pusat kemaksiatan. Akibatnya kinerja hotel merosot tajam, yang tercermin dari tingkat penghunian kamar hanya 15 persen, sehingga membuat perusahaan hampir bangkrut.

Pemahaman yang clipergunakan untuk mengamati fenomena citra dalam konteks bisnis ialah, citra dapat dibentuk dan dapat juga direkayasa. Hal ini merujuk pada hasil. Studi public relations yang menyebutkan, semua organisasi dan perusahaan sudah memiliki citra. Persoalannya, apakah citra itu seperti yang diinginkan, atau baru sekedar fantasi.

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran strategi persuasi dalam menelaah kinerja public relations Hotel Horison dalam mengubah citra. Dengan kerangka pemikiran tersebut, ditemukan bahwa empat dari lima strategi persuasi telah dilaksanakan dengan baik oleh public relations Hotel Horison.

Di sisi lain, kinerja public relations Hotel Horison dalam mengubah citra ternyata mendapat tanggapan positif dari masyarakat/konsumen. Hal ini dibuktikan melalui metode Focus Group Discussion (FGD) yang digunakan dalam tesis ini. Sebagian besar menyatakan bahwa apa yang dilakukan selama ini sudah berada di jalur yang benar. Artinya, citra Hotel Horison sebagai hotel keluarga terlihat, dirasakan dan dinikmati. Namun demikian, masyarakat/konsumen tetap berharap agar upaya yang telah berhasil dicapai dapat dipertahankan dan ditingkatkan.