

**PERAN *PUBLIC RELATIONS***  
**ATRIA HOTEL & CONFERENCE MAGELANG**  
**DALAM MEMBENTUK CITRA PERUSAHAAN**



**Disusun Oleh :**

**ADIATI KUSUMAWARDHANI**

**153100082**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**  
**Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**  
**YOGYAKARTA**  
**2014**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan strategi PR Atria Hotel & Conference Magelang dalam membentuk citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara kepada PR Atria Hotel & Conference Magelang, para pengguna jasa dan masyarakat sekitar, observasi terhadap kegiatan pembangunan citra perusahaan yang dilakukakn PR Atria Hotel & Conference Magelang. Uji validitas menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi PR Atria Hotel & Conference Magelang dalam membangun citra perusahaan sudah berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan, Yaitu melakukan perbaikan intern terlebih dahulu. Dengan cara menumbuhkan rasa memiliki perusahaan, menjaga hubungan baik didalam perusahaan maupun luar perusahaan serta membentuk citra yang diinginkan Atria Hotel & Conference Magelang mampu memanfaatkan faktor kekuatan seperti lokasinya yang strategis dan peluangnya mendapat dukungan dari pemerintahan yang mampu menutupi kelemahan kurangnya menjaga kebersihan dan ancaman persaingan antar hotel yang dihadapi. Strategi PR Atria Hotel & Conference Magelang dalam membangun citra sudah terbentuk baik, terbukti dari hasil *questions guest* pengguna jasa menunjukkan bahwa citra Atria Hotel & Conference Magelang sebagai Hotel yang memiliki citra produk, sebagai hotel yang memiliki citra pelayanan serta munculnya citra baru yaitu citra strategis letak diantara tempat wisata.

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the planning and execution of PR strategies Atria Hotel & Conference Magelang in shaping the image of the company. This study used qualitative methods, the descriptive research. The data collection technique using the interview to PR Atria Hotel & Conference Magelang, service users and the surrounding community, the observation of corporate image development activities PR Atria Hotel & Conference Magelang. Test the validity of using triangulation sources. The results showed that the implementation of PR strategies Atria Hotel & Conference Magelang in building the image of the company has been going well. In accordance with the plan. It make internal improvements first. By way of generating a sense of the company, maintaining good relationships within the company and outside the company as well as to form the desired image. Atria Hotel & Conference Magelang able to take advantage of factors such as the strength of its strategic location and the chances of government emergency support that is able to cover the weakness of lack of hygiene and threats facing the competition among hotels. PR Strategy Atria Hotel & Conference Magelang in building the image was already well established, as evidenced by the results of questions guest service users shows that the image of Atria Hotel & Conference Magelang as a hotel that has a product image, a hotel that has an image of the service as well as the emergence of a new image that is the image of the strategic location of among tourist spots.