



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERAN *PUBLIC RELATIONS* PADA DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENANGANI ULASAN PELANGGAN DI HOTEL ASTON *PRIORITY* SIMATUPANG



ZIDAN SAPUTRA

NIM: 2205311016

**POLITEKNIK
NEGERI
TUGAS AKHIR
JAKARTA**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan D3 Politeknik Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Zidan Saputra

Nim : 2205311016

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Peran *Public Relations* Pada Divisi *Marketing Communication*
Dalam Menangani Ulasan Pelanggan Di Hotel Aston Priority
Simatupang

Depok, 28 Maret 2025

Koordinator Program Studi

Pembimbing

Taufik Akbar, SE., M.S.M
NIP. 198409132018031001

Drs., Anwar Mustofa, M.Hum.
NIP. 196410161991031003

Mengetahui Ketua Jurusan
Administrasi Niaga



Dr., Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si
NIP. 198007112015041001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Zidan Saputra

Nim : 2205311016

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Peran *Public Relations* Pada Divisi *Marketing Communication*
Dalam Menangani Ulasan Pelanggan Di Hotel Aston Priority
Simatupang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma 3 Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 09 Juli 2025

Waktu : 13.00 – 13.50 WIB

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Drs., Anwar Mustofa, M.Hum.
NIP : 196410161991031003


(.....)

Penguji I : Dr., M. Ikhsan, M.Si.
NIP : 196309131988031002


(.....)

Penguji II : Endah Wartiningsih, S.E., M.M.
NIP : 196410191989032001


(.....)



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul *“Peran Public Relations Pada Divisi Marketing Communication Dalam Menangani Ulasan Pelanggan Di Hotel Aston Priority Simatupang”* dengan lancar. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi D3 Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk menganalisis peran yang dilakukan oleh divisi *Public Relations* di Hotel Aston dalam merespons dan menangani ulasan dari pelanggan. Dalam era digital yang serba cepat ini, ulasan pelanggan menjadi salah satu elemen penting yang mempengaruhi citra serta reputasi sebuah perusahaan, terutama di industri perhotelan. Oleh karena itu, pengelolaan ulasan yang efektif menjadi salah satu tugas penting bagi divisi *Public Relations*.

Saya menyadari bahwa penyelesaian Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2021-2025
3. Dr., Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2025-2029
4. Taufik Akbar, S.E., M.S.M., selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis
5. Drs., Anwar Mustofa, M.Hum. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dan memberikan arahan terkait laporan Tugas Akhir, serta memberikan saran kepada penulis dalam penyusunannya
6. Ibu Riana Megawati & Ibu Asri Bening Kurniawati selaku mentor pada proses praktik kerja lapangan yang telah membimbing di instansi tempat penulis melakukan praktik kerja lapangan dan narasumber dalam melakukan laporan Tugas Akhir ini

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Bapak Edo Damara selaku *Director of Sales & Marketing* Aston Priority Simatupang Hotel & Conference Center
8. Ibu Ade Gusrianti, Ibu Rani Oktaviani, Bapak Mustofa Umar, Bapak Ardiansyah, Bapak Sigrak Surya Wibawa, Ibu Karenina Amirullah, Bapak Billy Ginting, Bapak Ihwan Fahmi dan Bapak Sebastian Arya selaku rekan kerja *Sales & Marketing* yang sudah menerima kehadiran penulis.
9. Seluruh dosen jurusan Administrasi Niaga program studi Diploma 3 Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Haryono selaku Ayah, Kurniasih selaku Ibu dan Nava Haryani selaku Kakak yang telah memberikan dukungan baik secara moril, materil, serta doa-doa yang selalu dipanjatkan hingga terselesaikan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman, dan kerabat yang selalu membantu serta memberikan motivasi bagi penulis agar mampu menuntaskan laporan Tugas Akhir ini dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis mengerjakan tugas Akhir

Saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, pihak hotel, dan pembaca.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang *Public Relations*.

Depok, 28 Maret 2025

Penulis

Zidan Saputra

NIM: 2205311016



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penulisan.....	3
1.4 Manfaat Penulisan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 <i>Public Relations</i>	5
2.1.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	5
2.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	5
2.1.3 Tugas <i>Public Relations</i>	6
2.1.4 Peran <i>Public Relations</i>	6
2.2 <i>Marketing Communication</i>	8
2.2.1 Pengertian <i>Marketing Communication</i>	8
2.2.2 Tujuan <i>Marketing Communication</i>	8
2.2.3 Alat <i>Marketing Communication</i>	9
2.3 Pengertian Ulasan Pelanggan	10
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
3.1 Sejarah Perusahaan	12
3.2 Visi & Misi Perusahaan.....	13
3.3 Logo Perusahaan	13
3.4 Budaya Perusahaan	14
3.5 Struktur Perusahaan	14
3.6 Tugas dan Wewenang.....	16
3.7 Aktivitas Perusahaan	18

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV PEMBAHASAN.....	19
4.1 Peran <i>Public Relations</i> Dalam Menangani Ulasan Pelanggan Di Hotel Aston <i>Priority</i> Simatupang.....	19
4.2 Langkah-langkah Yang Dilakukan <i>Public Relations</i> Dalam Menangani Ulasan Pelanggan	20
4.3 Dampak Penanganan Ulasan Pelanggan Terhadap Citra Dan Reputasi Hotel Aston <i>Priority</i> Simatupang	27
BAB V PENUTUP.....	30
5.1 Kesimpulan.....	30
5.2 Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN.....	33



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Aston <i>Priority</i> Simatupang Hotel & Conference Center.....	13
Gambar 3. 2 Struktur Perusahaan Hotel Aston <i>Priority</i> Simatupang	14
Gambar 3. 3 Struktur <i>Departement Sales & Marketing</i>	15
Gambar 4. 1 Flowchart Penanganan Ulasan Pelanggan.....	21
Gambar 4. 2 <i>Monitoring</i> Ulasan Pelanggan	22
Gambar 4. 3 Gambar Analisis Ulasan Pelanggan	23
Gambar 4. 4 Respon Terima Kasih dan Apresiasi	24
Gambar 4. 5 Respon Permintaan Maaf	25
Gambar 4. 6 Publikasi Ulasan Pelanggan	25
Gambar 4. 7 Dokumentasi dan Laporan PR.....	26
Gambar 4. 8 Peringkat Hotel Aston Di Tripadvisor Bulan Mei 2025	28
Gambar 4. 9 Peringkat Hotel Aston Di Tripadvisor Bulan Juni 2025	29

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara.....	33
Lampiran 2 Dokumentasi Kegiatan Menangani Ulasan Pelanggan	35





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ulasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kualitas suatu hotel. Pelanggan secara aktif memberikan ulasan melalui berbagai platform seperti *Google Review*, *Tripadvisor*, maupun media sosial, baik berupa pujian maupun keluhan. Setiap ulasan yang diberikan mencerminkan pengalaman tamu selama menginap dan memiliki dampak langsung terhadap citra hotel di mata calon pelanggan lainnya. Oleh karena itu, hotel perlu memiliki strategi komunikasi yang tepat dalam menanggapi setiap ulasan, untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang.

Reputasi hotel sangat bergantung pada kemampuan komunikasi dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional kepada para tamu. Pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional menjadi standar yang diharapkan oleh pelanggan, terutama dalam industri perhotelan yang sangat kompetitif. Ketika hotel mampu memberikan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional, maka reputasi hotel terbangun secara positif melalui ulasan yang tersebar di berbagai media. Sebaliknya, kegagalan dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional dapat memicu ulasan negatif yang dapat merusak kepercayaan pelanggan.

Dalam menghadapi situasi tersebut, hotel dituntut untuk memberikan tanggapan responsif dan profesional dalam menangani setiap ulasan pelanggan. Tanggapan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional menjadi kunci dalam menangani ulasan pelanggan. Proses penanganan ulasan ini tidak hanya mencerminkan komitmen hotel terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi yang mendukung reputasi hotel secara keseluruhan. Oleh karena itu, kemampuan hotel dalam mengelola ulasan pelanggan secara efektif menjadi aspek penting dalam mempertahankan citra positif di era digital.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Aston Priority Simatupang Hotel & *Conference Center* merupakan salah satu hotel berbintang yang beroperasi di Jakarta Selatan dan dikenal dengan kualitas pelayanan yang baik. Hotel ini menerima ulasan dari pelanggan melalui berbagai platform, baik secara offline seperti buku saran langsung di meja resepsionis, maupun secara online melalui media digital seperti *Google Review*, *Tripadvisor*, dan media sosial. Keberadaan berbagai platform ulasan ini menunjukkan bahwa Hotel Aston membuka ruang bagi pelanggan untuk memberikan penilaian terhadap layanan yang diberikan.

Peran *Public Relations* yang berada di bawah Divisi *Marketing Communication* sangat penting untuk memastikan bahwa setiap ulasan pelanggan ditangani secara tepat. *Public Relations* bertugas untuk memantau setiap ulasan yang masuk, menyusun tanggapan yang profesional, serta menyampaikan ulasan kepada departemen *front office*, *housekeeping*, dan *food & beverage* untuk ditindaklanjuti. Melalui koordinasi antardivisi, *Public Relations* memastikan bahwa masukan dari pelanggan dapat direspons dengan cepat dan solusi yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan hotel. Dengan demikian, *Public Relations* memainkan peran strategis dalam menjaga reputasi hotel melalui komunikasi dua arah yang aktif dengan pelanggan.

Selama menjalani kegiatan magang di Hotel Aston Priority Simatupang, penulis ditempatkan di Divisi *Marketing Communication*, khususnya bagian *Public Relations*. Penulis terlibat langsung dalam kegiatan memantau dan merespon ulasan pelanggan melalui platform digital seperti *Google Review* dan *Tripadvisor*. Selain itu, penulis juga membantu menyampaikan masukan pelanggan kepada departemen terkait seperti *front office*, *housekeeping*, dan *food & beverage*. Kegiatan ini memberikan pemahaman langsung mengenai pentingnya peran *Public Relations* dalam menjaga citra dan reputasi hotel.

Berdasarkan peran *public relations* tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat topik mengenai “**Peran *Public Relations* Pada Divisi *Marketing Communication* dalam Menangani Ulasan Pelanggan di Hotel Aston Priority Simatupang**” sebagai judul tugas akhir.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah

1. Peran *Public Relations* dalam menangani ulasan pelanggan di Hotel Aston Priority Simatupang
2. Langkah-langkah yang dilakukan *Public Relations* dalam menangani ulasan pelanggan
3. Dampak penanganan ulasan pelanggan terhadap citra dan reputasi Hotel Aston Priority Simatupang

1.3 Tujuan Penulisan

1. Menjelaskan peran *Public Relations* pada Divisi *Marketing Communication* dalam menangani ulasan pelanggan di Hotel Aston Priority Simatupang.
2. Menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan dalam merespons ulasan pelanggan.
3. Melaporkan dampak dari penanganan ulasan pelanggan terhadap citra dan reputasi Hotel Aston Priority Simatupang.

1.4 Manfaat Penulisan

1. **Bagi Penulis:**
Memberikan pengalaman dan pengetahuan mengenai peran *Public Relations* dalam dunia kerja khususnya dalam menangani ulasan pelanggan di industri perhotelan.
2. **Bagi Perusahaan (Hotel Aston):**
Memberikan masukan yang dapat dijadikan bahan evaluasi dalam meningkatkan strategi komunikasi dalam menghadapi ulasan pelanggan.
3. **Bagi Dunia Ilmu Pengetahuan:**
Menambah referensi mengenai peran *Public Relations* dalam menangani ulasan pelanggan di industri perhotelan, khususnya dalam menangani ulasan di *Google Review* dan *Tripadvisor*.



1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penulisan tugas akhir ini adalah:

1. **Wawancara:** Penulis melakukan wawancara dengan staf *Public Relations* dan *Marketing Communication Manager* untuk memperoleh informasi yang tepat mengenai ulasan pelanggan.
2. **Dokumentasi:** Penulis mengumpulkan data melalui dokumentasi seperti foto tanggapan terhadap ulasan pelanggan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Public Relations (PR) sebagai bagian dari Divisi *Marketing Communication* berperan penting dalam membangun dan mempertahankan citra dan reputasi Hotel *Aston Priority* Simatupang dengan mengelola ulasan pelanggan di platform digital seperti *Google Review* dan *Tripadvisor*. PR bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap ulasan, baik ulasan positif maupun negatif, direspon secara profesional, tepat waktu, dan sesuai standar komunikasi hotel. Respon terhadap ulasan pelanggan disusun dengan memperhatikan etika komunikasi, empati, dan solusi terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, sehingga mampu menciptakan pandangan positif di hadapan pelanggan.

Dalam penerapan PR dalam membentuk citra dan reputasi hotel, tim PR Hotel *Aston Priority* Simatupang menjalankan langkah-langkah yang sistematis dalam menangani ulasan pelanggan. Langkah-langkah tersebut dimulai dari *monitoring* ulasan, menganalisis dan mengklasifikasikan ulasan, menyusun tanggapan apresiasi maupun permintaan maaf, publikasi dan dokumentasi, hingga melakukan koordinasi dengan pihak internal hotel sebagai bentuk tindak lanjut perbaikan pelayanan. Setiap langkah yang diambil oleh tim PR menunjukkan bahwa penanganan ulasan tidak hanya bersifat responsif, tetapi juga berfokus pada evaluasi dan peningkatan kualitas layanan hotel. Langkah-langkah ini membantu membangun hubungan yang positif antara hotel dan pelanggan, serta memperkuat citra dan reputasi Hotel *Aston Priority* Simatupang.

Dampak dari penanganan ulasan yang cepat, tepat, dan solutif terbukti dapat memperbaiki citra serta reputasi Hotel *Aston Priority* Simatupang. Respons PR yang empatik terhadap ulasan pelanggan secara bertahap terbukti dapat meningkatkan peringkat hotel di platform *TripAdvisor*. Dari peringkat ke-35 naik menjadi peringkat ke-5 hotel terbaik di Jakarta. Peningkatan rating ini memiliki

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dampak langsung terhadap keputusan calon pelanggan dalam memilih hotel, serta menjadi bukti nyata bahwa pengelolaan ulasan pelanggan dengan secara profesional memberikan kontribusi besar terhadap citra positif Hotel Aston Priority Simatupang di hadapan pelanggan.

5.2 Saran

Hotel Aston Priority Simatupang bisa memperkuat peran *Public Relations* dalam pengelolaan ulasan pelanggan dengan menambah jumlah sumber daya manusia, terutama pada periode *high season* ketika jumlah ulasan meningkat, hal ini agar tim PR dapat mempertahankan serta meningkatkan citra dan reputasi hotel. Selain itu, perlu ada pelatihan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi tim PR dalam menyusun tanggapan ulasan pelanggan yang sesuai dengan citra brand hotel. Dengan langkah perbaikan ini, diharapkan tim PR dapat menjaga konsistensi kualitas komunikasi dan terus mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap Hotel Aston Priority Simatupang.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR PUSTAKA

- Febriani, S. N., & Dewi, W. W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fullchis Nurtjahjani, M. (2018). *Public relations, Citra dan Praktek*. Polinema Press.
- Ginting Suka, E. A., & Lubis, S. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan*. Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media, 2(2), 1–10.
- Maudi, E., & Susilowati. (2018). *Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui Event Gowes Pesona Nusantara*. Jurnal Komunikasi, 9(1), 31-38. Retrived from
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). *Pengaruh Harga dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 8(2).
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relation: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiarti, D. I. & Iskandar, R. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Shopee*. Jurnal Kajian Pemasaran dan Inovasi Manajemen, 3(1), 131–145.
- Wardhana, A. (2021). *Membangun Komunikasi Pemasaran yang Efektif. Dalam Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing). Strategi Content Marketing*. Media Sains Indonesia.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara

- a. Apa saja tanggung jawab utama yang dilakukan oleh *Public Relations* (PR) Hotel Aston Priority Simatupang dalam menangani ulasan pelanggan?

Jawaban: Menurut Ibu Riana Megawati selaku *Manager Marketing Communication*, PR memiliki tanggung jawab penting dalam memastikan setiap ulasan pelanggan ditangani secara cepat, sopan, dan profesional. Sementara itu, menurut Ibu Asri Bening selaku staf *Public Relations*, tanggung jawab utama yang dilakukan oleh PR yaitu memantau ulasan pelanggan, serta merespon ulasan jika terdapat ulasan terbaru di platform digital hotel.

- b. Mengapa platform digital seperti *Google Review* dan *Tripadvisor* dianggap penting oleh hotel dalam proses penanganan ulasan pelanggan?

Jawab: Ibu Riana Megawati selaku *Manager Marketing Communication* mengatakan bahwa platform *Google Review* dan *Tripadvisor* merupakan sumber informasi utama bagi pelanggan hotel sebelum pelanggan memutuskan untuk menginap di Hotel Aston Priority Simatupang. Sejalan dengan itu, Ibu Asri Bening selaku staf *Public Relations* mengatakan bahwa *Google Review* dan *Tripadvisor* adalah platform yang sering digunakan oleh tamu hotel Aston dalam menyampaikan feedback mereka mengenai fasilitas serta pelayanan hotel.

- c. Bagaimana tahapan yang dilakukan oleh PR saat merespon ulasan pelanggan di *Google Review* dan *Tripadvisor*?

Jawab: Ibu Riana Megawati selaku *Manager Marketing Communication*, menjelaskan bahwa tahapan yang dilakukan saat merespon ulasan yaitu dengan memantau setiap ulasan pelanggan, lalu menganalisis ulasan tersebut, apakah ulasan tersebut positif atau negatif, dan selanjutnya ulasan tersebut akan direspon sesuai standar komunikasi hotel, dan di publikasikan oleh hotel. Sejalan dengan itu, Ibu Asri Bening, selaku staf *Public Relations*, menjelaskan bahwa tahapan yang dilakukan oleh PR yaitu memantau serta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menganalisis ulasan pelanggan serta merespon ulasan tersebut sesuai citra brand hotel Aston. Jika terdapat keluhan oleh pelanggan maka tim PR akan mendokumentasikan keluhan pelanggan, serta melakukan koordinasi dengan departement hotel, seperti *front office*, *housekeeping*, dan *food & beverage*.

- d. Bagaimana cara yang dilakukan oleh tim PR dalam menangani keluhan pelanggan?

Jawaban: Ibu Riana Megawati selaku *Manager Marketing Communication* menyampaikan bahwa setiap keluhan yang diberikan oleh pelanggan akan langsung disampaikan ke departement seperti *front office*, *housekeeping*, dan *food & beverage*, agar keluhan tersebut dapat di tindaklanjuti serta menjadi evaluasi bagi hotel. Sementara menurut Ibu Asri Bening selaku staf *Public Relations*, cara yang dilakukan oleh tim PR yaitu, tim PR akan mencatat serta mendokumeetasikan keluhan pelanggan yang nantinya akan tim PR sampaikan ke *Manager Marketing Communication* untuk ditindaklanjuti langsung ke departement terkait, sebagai bahan evaluasi hotel.

- e. Bagaimana penanganan ulasan pelanggan dapat mempengaruhi citra dan reputasi Hotel Aston Priority Simatupang?

Jawaban: Menurut Ibu Riana Megawati selaku *Manager Marketing Communication*, penanganan ulasan pelanggan sangat penting dalam membentuk citra dan reputasi hotel, terutama di era digital saat ini. Ketika pelanggan melihat bahwa ulasan mereka ditanggapi dengan cepat, sopan, dan profesional, maka pelanggan akan merasa dihargai. Sementara itu menurut Ibu Asri Bening, selaku staf *Public Relations*, jika ulasan pelanggan ditangani dengan baik, maka hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat citra dan reputasi hotel di mata calon pelanggan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berikut adalah dokumentasi hasil wawancara saya dengan *Manager Marketing Communication* dan *Staf Public relations*, sebagai berikut:



Lampiran 2 Dokumentasi Kegiatan Menangani Ulasan Pelanggan

