

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi dan Citra Perusahaan (Studi Korelasional strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* dalam membangun citra Grand Angkasa International Hotel Medan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* berpengaruh terhadap citra Grand Angkasa International Hotel Medan.

Teori yang dianggap relevan dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi, teori *Public Relations*, pelayanan jasa dan Citra. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional, yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, seberapa besar hubungan tersebut dan berarti tidaknya hubungan antara strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* berpengaruh terhadap citra Grand Angkasa International Hotel Medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Member Grand Angkasa International Hotel Medan, yaitu APC dan Spa&Fitness Member yang telah berlangganan selama kurang lebih 6 bulan, yang berjumlah 850 orang. Untuk menentukan jumlah sampel maka digunakan rumus taro Yamane, dan didapatlah jumlah sampel pada setiap jenis member nya. Untuk APC Member didapat sebanyak 47 orang sedangkan untuk Spa&Fitness Member didapat sebanyak 42 orang. Sementara teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *Proportional Stratified Random Sampling*, *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui dua cara, yaitu Penelitian Kepustakaan (*Library research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa tabel tunggal, analisa tabel silang dan uji hipotesa melalui rumus Koefisien Korelasi Tata Jenjang (*Rank Order*) oleh Spearman, dengan menggunakan aplikasi *Predictive Analytics Software (PASW) 18*. Dari hasil penelitian ini diperoleh r_s sebesar 0,284, untuk melihat kuat lemahnya korelasi (hubungan) kedua variabel dalam penelitian ini digunakan skala Guilford. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan rendah tetapi pasti walaupun strategi komunikasi yang dilakukan *Public Relations Officer* memiliki pengaruh yang tidak signifikan tetapi merupakan salah satu faktor penting dalam membangun citra perusahaan.

Kemudian untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y masih menggunakan aplikasi PASW 18 serta untuk mengetahui besar kekuatan pengaruh variabel X terhadap Y digunakan Uji Determinan Korelasi. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* dengan citra Grand Angkasa International Hotel Medan.