BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi melahirkan perubahan besar bagi perekonomian dunia. Hal ini ditujukan dengan adanya persaingan di dunia bisnis yang semakin tajam, sehingga laju ET Q q 1 1 1 rg n 303.84 67.75 20.63 -24

Kesan yang dapat terbentuk di masyarakat dapat digambarkan dalam logo perusahaan. Logo merupakan sebuah identitas, baik berupa gambaran maupun stilasi huruf, yang memuat filosofi, visi dan aspirasi perusahaan. Logo bisa sebagai perlambang dan bisa juga menjadi refleksi. Begitu seriusnya orang atau perusahaan memposisikan sebuah logo menyebabkan munculnya kesungguhan dalam usaha menemukan sebuah logo yang dapat dipakai. Banyak orang yang sangat mempercayai bahwa logo yang tidak tepat, dapat menjatuhkan kesan perusahaan, melalui penggunaan logo, suatu perusahaan dapat menampilkan kepribadian sebagaimana dikatakan oleh Veronica Napoles “ the Symbol reflects the company identity and hel

bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.

Situasi seperti ini merupakan "tantangan" bagi Hotel Cemerlang Bandung untuk menjawabnya dengan kiat atau strategi dan teknik tertentu. Dengan kiat strategi komunikasi, ia akan mampu mengatasi situasi dan

4. Sejauhmana **Tujuan** Peluncuran Logo Baru Hotel Cemerlang Bandung

2. **Bagi Universitas**

   Penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara umum, Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai bahan literatur atau bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

3. **Bagi perusahaan**

   Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak hotel cemerlang bandung dalam menentukan strategi sosialisasi perubahan logo melalui kegiatan untuk memenuhi kepuasan perolehan informasi bagi konsumennya komunikasi untuk menjangkau konsumennya di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

1.5. KERANGKA PEMIKIRAN

1.5.1. Kerangka Teoritis

Dalam kerangka pemikiran ini, penelitian akan berusaha membahas masalah-masalah pokok dari penelitian ini. Bahasan terseb

Pada nilai pelayanan menurut Tjiptono ialah 5 point yaitu :

1. **Bukti langsung, meliputi fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana**

Nilai pelayanan dapat diartikan apakah informasi mengenai perubahan logo baru Hotel Cemerlang Bandung berguna atau bermanfaat bagi konsumennya. Hotel Cemerlang Bandung harus membuat strategi agar

2. Kepuasan Perolehan Informasi

Adalah: kepuasan akan tercapai apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tinggi atau memuaskan dan terdapat tiga kriteria,nilai informasi, kebutuhan dan keinginan, dan harapan pelanggan.

Tabel 1.2

Populasi Penelitian

URAIAN Konsumen Per Minggu dalam Bulan April 2010)	Jumlah
Minggu Pertama	675 Orang
Minggu Kedua	690 Orang
Minggu Ketiga	650 Orang
Minggu Keempat	685 Orang
Jumlah (N)	2700 Orang

r : Marketing Hotel Cemerlang Bandung

Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh **Masri Singarimbun dan Sofian Effendi**

4. Sebelum menyebarkan angket melakukan Uji validitas dan Uji

Sumber: Peneliti, 2010

1.14. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam sistematika penelitian ini, membagi ke dalam 5 bab yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pendahuluan yang terdiri dari latar

BAB 2: TIJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan tinjauan teoritis mengenai Definisi Komunikasi, definisi Komunikasi Organisasi, Fungsi Komunikasi dalam Organisasi, Definisi strategi, Definisi sosialisasi, Definisi Logo, Tinjauan Logo sebagai Identitas Perusahaan, Definisi Kepuasaan, Definisi Konsumen, Perilaku Konsumen.

BAB 3: OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan latar belakang perusahaan, Sejarah Perusahaan, Visi dan Misi, Logo dan Arti Logo, Struktur Organisasi Perusahaan, Job description, Sarana dan Prasarana yang ada di perusah0(i)-1.9(pt)-1.9(i)-1. Tm [(K)2.0(e)4.0(