

## ABSTRAK

Perubahan pasti terjadi pada suatu organisasi, karena suatu organisasi yang tidak berubah tidak lagi menjadi sebuah organisasi yang kompetitif. Patra Surabaya Hilton International telah merubah namanya menjadi Singgasana Hotel Surabaya. Hal ini menarik untuk diteliti, karena suatu perubahan pada perusahaan sedikit atau banyak pasti berdampak kepada publik perusahaan tersebut.

Penelitian ini meneliti tentang strategi komunikasi pihak manajemen Singgasana Hotel Surabaya dalam mengkomunikasikan perubahan dari Patra Surabaya Hilton Internasional menjadi Singgasana Hotel Surabaya baik dari aspek merek, nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan, karakteristik pelayanan, struktur organisasi, sponsorship, serta rancangan dari perusahaan tersebut kepada publik internal dan publik eksternalnya, dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, yakni berusaha menjabarkan secara detail mengenai strategi komunikasi Singgasana Hotel Surabaya dalam mengkomunikasikan perubahan organisasinya. Data dikumpulkan dengan cara wawancara mendalam pada sejumlah informan selaku pegawai dari berbagai lini manajemen yang dinilai relevan untuk dimintai keterangan berkaitan dengan strategi komunikasi perubahan organisasi Singgasana Hotel Surabaya.

Hasil analisis menunjukkan ada beberapa target tahunan yang ingin dicapai, Singgasana Hotel Surabaya menggunakan sejumlah media internal maupun eksternal seperti surat kabar, radio, majalah, website dan e-mail internal, flyer, notice board hingga *active trainee* untuk melancarkan strategi komunikasi perubahan organisasi.

Dalam mencari *feedback* dari publik internal maupun publik eksternal terhadap perubahan yang terjadi, Singgasana Hotel Surabaya menerapkan beberapa cara seperti diskusi lewat *meeting* dan *training* untuk mem-*brainstorming mindset* karyawan hingga melalui kuis di sejumlah media massa, kuis-kuis yang ada di *newsletter* dan juga *guest trip* yang fungsinya sama dengan kotak saran.

Kata Kunci: *Singgasana Hotel Surabaya*, Studi Kasus, Strategi Komunikasi