

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Organisasi Hotel Majapahit Surabaya pasca pergantian merek Mandarin Oriental Hotel Majapahit Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Hotel Majapahit Surabaya pasca adanya pergantian merek tersebut. Objek dalam penelitian ini adalah karyawan Hotel Majapahit Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deksriptif-analitis. Data diperoleh dengan menggunakan metode participant observation dan wawancara mendalam, sehingga data yang diperoleh tidak hanya detil dan mendalam namun juga konsisten.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya ketidaktepatan di dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan sampai dengan pemilihan media yang digunakan sampai saat itu. Sehingga, bisa dikatakan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan tidaklah berhasil karena informasi yang ingin dikomunikasikan oleh pihak manajemen tidaklah sampai atau tepat sasaran. Adanya perubahan di dalam sebuah organisasi itu sebaiknya dikomunikasikan kepada seluruh karyawan agar tidak terjadi adanya krisis di dalam manajemen atau terjadi adanya MISTRUST antara karyawan dengan manajemen dan sebaliknya, karena karyawan adalah asset utama bagi sebuah organisasi (perusahaan).

Kata Kunci: Hotel Majapahit Surabaya, Perubahan, Komunikasi Organisasi