



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Hubungan Masyarakat  
Desi Natalia  
44214110070  
Strategi Public Relations Dalam Membentuk Citra  
(Studi Kasus Pada Hotel Alila SCBD Jakarta)  
Jumlah Halaman : 88 Halaman  
Bibliografi : 19 Buku dan 13 jurnal

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* yang digunakan dalam membentuk citra Hotel Alila SCBD Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian, *Public Relations* memiliki tanggung jawab menjalin hubungan baik secara internal maupun eksternal. Strategi *public relations* yang dijalankan oleh divisi Sales dan Marketing Hotel Alila SCBD Jakarta yaitu dengan mengadakan program-program yang dapat mendekatkan dengan para khalayaknya. Dari empat tahapan tersebut yang paling dominan dilakukan adalah tahap yang kedua yakni perencanaan dan pemrograman.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada para narasumber. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif karena di dalam penelitian berbentuk argumentasi data-data dan dokumentasi sehingga harus menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Dalam penelitian ini berdasarkan dengan teori yang digunakan bahwa program - program *public relations* yang dilakukan sudah cukup berhasil ditunjukkan dengan kualitas pelayanan yang baik, produk yang baik, hubungan industri yang baik sehingga dampak positifnya dapat mempengaruhi citra hotel.

Kata Kunci : *public relations, strategi public relations, hotel, citra.*



Mercu Buana University  
Faculty of Communication Science  
Majoring of Public Relations  
Desi Natalia  
44214110070  
Strategy of Public Relations for Branding Image  
(A Case Study of Hotel Alila SCBD Jakarta)  
Number of Pages : 88 Hal  
Bibliography : 19 Books + 13 Journals

### ***ABSTRACT***

*This study aims to understand the Public Relations strategy in shaping the image of the Alila SCBD Hotel in Jakarta.*

*Based on research results, Public Relations has the responsibility to establish relationships both internally and externally. The Sales and Marketing Division uses programs that bring the audience closer. Of the four stages, the second most important are planning and programming.*

*The method used in this research is a case study by conducting in-depth interviews with speakers. The approach used in this research is a qualitative descriptive approach because in the form of argumentation and data documentation, this research must use a qualitative descriptive approach.*

*In this research based on the theory used that the public relations program carried out has been quite successfully demonstrated by good service quality, good products, good industrial relations so that the positive impact can affect the image of the hotel*

*Keywords: public relations, strategi public relations, hotel, image.*