

## ABSTRAK

### **Strategi *Public Relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo Dalam Membentuk Citra Ditengah Pandemi Covid 19. Azalia Agnes Wulandari. 2017071004.**

Kondisi pandemi covid 19 yang terjadi di Indonesia sangat berdampak pada sektor perhotelan. Salah satunya adalah Kusuma Sahid Prince Hotel (KSPH) Solo. Dalam memulihkan kondisi ditengah pandemi covid 19 ini KSPH Solo memerlukan peran *public relation* untuk menyusun dan merancang strategi yang akan dilakukan untuk memulihkan kondisi KSPH Solo ditengah pandemi covid 19 ini. Selain itu, strategi tersebut mempunyai tujuan untuk mengembalikan kepercayaan *customer* atau masyarakat untuk menginap, berkunjung, dan menyelenggarakan *event* di KSPH Solo tanpa merasa takut, khawatir dan cemas. Dan rasa kepercayaan yang timbul ditengah masyarakat akan membentuk sebuah opini dan perilaku untuk membentuk citra yang baik dan positif terhadap Kusuma Sahid Prince Hotel Solo.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam membentuk citra ditengah pandemi covid 19.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu data primer dalam penelitian ini menggunakan wawancara dengan *public relation* KSPH Solo, *screenshot* Instagram KSPH Solo, dan observasi ke KSPH Solo. Selanjutnya untuk data sekunder dalam penelitian ini menggunakan kuesioner citra yang disebarakan kepada responden. Metode pengambilan sampel bersifat *purposive sampling* yang mencakup data – data yang terkait dengan strategi *public relation* dan citra. Selain itu, orang-orang yang menjadi narasumber atau responden diseleksi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo yang direncanakan dapat dilakukan secara optimal walaupun banyak keterbatasan ditengah pandemic covid 19 ini seperti mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan komunikasi, dan mengevaluasi program sehingga citra yang dibentuk dan dihasilkan dari kuesioner yang disebarakan ke responden mendapatkan hasil citra yang baik dan positif dari masyarakat terhadap Kusuma Sahid Prince Hotel Solo.

**Kata kunci** : Strategi *Public Relation*, Citra, Kusuma Sahid Prince Hotel (KSPH) Solo, Instagram.

## ABSTRACT

**Public Relations Strategy of Kusuma Sahid Prince Hotel Solo in building the image in the Covid 19 Pandemic era. Azalia Agnes Wulandari. 2017071004.**

The COVID-19 pandemic in Indonesia had a significant impact on the hotel sector. One of them is Kusuma Sahid Prince Hotel (KSPH) Solo. KSPH Solo requires the role of public relations to design a strategy in the covid 19 pandemic era. In addition, this strategy aims to restore public confidence to stay, visit, and hold events at KSPH Solo without feeling afraid, worried, and anxious. Public trust will form an opinion and behavior to build a good and positive image of Kusuma Sahid Prince Hotel Solo.

This study aims to explain the public relations strategy of Kusuma Sahid Prince Hotel Solo in forming an image in the covid 19 pandemic era.

This research is descriptive with qualitative methods. The data used the results of interviews with public relations KSPH Solo, Instagram screenshots of KSPH Solo, and observations to KSPH Solo. Furthermore, this study also used the results of questionnaires that were distributed to respondents. The sampling method is purposive sampling which includes data related to public relations and image strategies. In addition, the respondents are selected based on specific predetermined criteria.

This study indicates that the planned public relations strategy of Kusuma Sahid Prince Hotel Solo can be carried out optimally even though there are many limitations in the covid 19 pandemic era, such as defining problems, planning and programming, taking action and communication, and evaluating programs. Therefore, the image formed through the questionnaire distributed to the respondents got the community's good and positive image towards Kusuma Sahid Prince Hotel Solo.

**Keywords:** Public Relations Strategy, Citra, Kusuma Sahid Prince Hotel (KSPH) Solo, Instagram.

