

ABSTRAK

Sumardi, 2012071008, 2018, “Strategi *Marketing Public Relation* Solo Paragon Hotel & *Residences* Dalam Membangun Citra Perusahaan”. Skripsi. Surakarta. Program Studi Ilmu Komunikasi.

Perkembangan bisnis perhotelan yang semakin pesat membuat masyarakat semakin selektif dalam memilih hotel sebagai tempat penginapan bagi pengunjung. Kondisi persaingan bisnis yang ketat dan gambaran ketidakpastian dimasa depan memaksa perusahaan untuk bisa melakukan strategi yang tepat dan fleksibel. Agar tujuan perusahaan tercapai, segenap sumber daya organisasi harus diarahkan untuk fokus terhadap strategi. Begitu pula dengan Solo Paragon Hotel & *Residences* lebih focus pada aspek promosi penjualan melalui periklanan serta publisitas (media cetak, radio dan pamflet), dengan menonjolkan konsep mixed-used yang menjadi ikon serta keunggulan kota Solo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Marketing *Public Relation* Solo Paragon Hotel & *Residences* Dalam Membangun Citra Perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan General Manager, Manager *Estate* dan Manager *Public Relation* yang menjadi triangulasi sumber.

Hasil yang dicapai dari penelitian ini menunjukkan bahwa Solo Paragon Hotel & *Residences* telah menerapkan strategi Marketing *Public Relation* yaitu periklanan, promosi penjualan (*Sales Promotion*), penjualan tatap muka dan hubungan masyarakat sehingga dapat membangun citra perusahaan serta tujuan perusahaan.

Kata Kunci: Strategi *Marketing Public Relation*, Citra Perusahaan.

ABSTRACT

Sumardi, 2012071008, 2018, "Strategy Marketing Public Relations Solo Paragon Hotel & Residences In Building Corporate Image". Essay. Surakarta. Communication Studies Program.

The rapid development of hotel business makes the society more selective in choosing the hotel as a place of lodging for visitors. Conditions of intense business competition and uncertainty picture in the future force the company to be able to do the right strategy and flexible. For corporate objectives to be achieved, all organizational resources must be directed to focus on strategy. Similarly, Solo Paragon Hotel & Residences focuses more on promotional aspects of sales through advertising and publicity (print media, radio and pamphlets), highlighting the concept of mixed-used icon and the excellence of the city of Solo.

This study aims to find out how Marketing Strategy Public Relations Solo Paragon Hotel & Residences In Building Corporate Image. This research uses qualitative approach and descriptive method. Data collection is done by interviewing with General Manager, Estate Manager and Public Relation Manager who become source triangulation.

The results of this study indicate that Solo Paragon Hotel & Residences has implemented Marketing Public Relation strategy that is advertising, sales promotion (Sales Promotion), face-to-face sales and public relations so as to build corporate image and corporate objectives.

Keywords: Marketing Public Relation Strategy, Corporate Image.