

ABSTRAK

Semakin banyaknya hotel yang berdiri di Yogyakarta namun Jogjakarta Plaza Hotel yang telah berdiri selama dua puluh satu tahun masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru, oleh sebab itu begitu pentingnya peran *public relations* dalam membangun citra Jogjakarta Plaza Hotel supaya tidak di pandang sebagai hotel kuno dan hotel lama. Metode Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menggunakan informan sebagai sumber data, data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder melalui wawancara, observasi dan dokumentasi laporan, yang berkaitan dengan penelitian. Hasil penelitian praktisi *public relations* Jogjakarta Plaza Hotel memiliki perencanaan strategi yang berhubungan dengan program-program yang di buat baik prorgam internal maupun eksternal. Strategi yang di lakukan antara lain stretegi pendekatan operasional, strategi pelayanan, strategi pendekatan edukatif, strategi pendekatan tanggung jawab sosial, strategi membina hubungan harmonis kepada pelanggan dan media, strategi promo, publikasi, *media relations*. Citra Jogyakarta Plaza Hotel sampai sekarang masih tetap eksis di mata masyarakat berdasarkan usaha keras atas strategi *public relations* yang telah dilakukan dalam membranding hotel melakukan publikasi dan aktivitas yang di lakukan Jogjakarta Plaza Hotel dan penghargaan yang di dapat. *Brand* Jogjakarta Plaza Hotel telah mendapatkan *positioning* dalam benak konsumen. Karena hotel selalu mengutamakan kebutuhan dan kepuasan konsumen Jadi dapat disimpulkan bahwa teori dan konsep yang di gunakan telah sesuai dengan temuan temuan yang ada dan mendukung serta strategi yang telah di lakukan *Public Relations* Jogjakarta Plaza Hotel telah telah tercapai dalam membangun citra positif hotel sebagai hotel bernuansa klasik modern yang masih eksis sampe saat ini.

Kata kunci: Strategi, *public relations*, citra

ABSTRACT

Increasing number of hotels that stand in Yogyakarta but Jogjakarta Plaza Hotel that had stood for twenty-one years is still able to compete with new hotels, and therefore the importance of the role of public relations in building the image of Jogjakarta Plaza Hotel that was not viewed as a quaint hotel and old hotel. This study is a research method that uses descriptive qualitative research methods. Using the informant as a data source, data is presented using primary data and secondary data through interviews, observation and documentation of the report, which deals with the study. The results of the study public relations practitioner Jogjakarta Plaza Hotel has a strategic planning related to programs created programs both internally and externally. The strategy will be undertaken include a strategy of operational approaches, service strategy, strategy educative approach, a strategic approach to social responsibility, strategy harmonious relationships to customers and media, promotion strategies, publications, media relations. Image Jogjakarta Plaza Hotel until now still exist in the public eye by hard work on the public relations strategy that has been done in the hotel membranding publicizing and doing activities in Jogjakarta Plaza Hotel and awards in the can. Brand Jogjakarta Plaza Hotel has earned positioning in the minds of consumers. Since the hotel always put the needs and customer satisfaction So it can be concluded that the theories and concepts used in accordance with the findings of existing findings and to support and strategies that have been done Public Relations Jogjakarta Plaza Hotel has been achieved in building a positive image of the hotel as classic shades modern still exist until today.

Keyword: Strategy, public relation, image