

ABSTRAK

Tingginya pertumbuhan hotel di Yogyakarta menyebabkan adanya persaingan satu sama lain sehingga menuntut adanya strategi untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan. Salah satu strategi yang digunakan hotel yaitu *strategi media relations*. Penelitian ini mengkaji mengenai strategi *media relations* Hotel Neo+ Awana Yogyakarta dalam membangun *brand image*. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *media relations* yang dibangun *public relations* Hotel Neo+ Awana Yogyakarta dalam menciptakan *brand image*. Jenis penelitian ini adalah dengan metode deskriptif kualitatif, data primer yang digunakan adalah hasil dari wawancara dan data sekunder adalah data dari sumber lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada *public relations* Hotel Neo+ Yogyakarta. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa *public relations* di Hotel Neo+ Awana Yogyakarta tidak secara spesifik menempatkan dalam bagian tersendiri, tetapi bidang *sales & marketing* yang bekerja menjalankan kegiatan *media relations*. Strategi *media relations* yang dijalankan oleh Hotel Neo+ Awana yaitu dengan strategi menciptakan *event* yang aktual, strategi pengenalan hotel dengan *press confrence*, strategi keintiman *public relations* dengan media dan strategi *media relations* dengan memfasilitasi media. Strategi dalam *media relations* dilakukan dengan tujuan untuk membentuk citra positif perusahaan dimata publik.

Kata Kunci: Strategi *media relations*, citra perusahaan, hotel, Yogyakarta.