

## ABSTRAK

Komunikasi saat ini memiliki kekuatan dalam membentuk opini masyarakat serta mempengaruhi sikap mereka terhadap suatu hal. *Public relations* berupaya untuk membangun hubungan baik dengan publik maupun media dengan menyusun strategi komunikasi untuk meningkatkan citra positif Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta melalui program kegiatan yang diadakan oleh *public relations*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi apa yang dilakukan oleh *public relations* dalam membangun citra positif hotel. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dari hasil penelitian, ada lima strategi komunikasi *public relations* yang dilaksanakan oleh *public relations* Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta, yaitu, mengidentifikasi permasalahan yang muncul pada internal perusahaan, mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sarasannya, mengidentifikasi struktur organisasi, pemilihan opsi atau unsur taktik strategi *public relations* dan menjabarkan strategi *public relations* dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, mengkomunikasikan dan mengevaluasi hasil kerja. Kemudian memiliki program strategi pendekatan edukatif, strategi pendekatan tanggung sosial *public relations*, strategi membina hubungan yang harmonis, strategi publikasi, strategi promosi, dan strategi *media relations*. Dari program tersebut tersebut menghasilkan lebih banyak tanggapan positif daripada negatif kemudian memunculkan elemen indikator citra positif yaitu kesan, kepercayaan dan sikap yang di dapat oleh konsumen terhadap hotel maupun program yang telah dilakukan Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Citra Positif, *Public Relations*.