

ABSTRAK

Tingkat pertumbuhan hotel di Yogyakarta, menimbulkan persaingan di bidang perhotelan. Hal ini membuat Hotel Grand Tjokro Yogyakarta merancang strategi *media relations* berusaha untuk menciptakan opini yang baik dan kepercayaan publiknya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi *public relations* yang digunakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *media relations* yang digunakan oleh *public relations* Hotel Grand Tjokro Yogyakarta dalam mempertahankan citra serta persepsi yang terbentuk dari strategi *media relations* tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif-deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipatif sebagai sumber data primer penelitian ini. Adapun informan yang diwawancarai adalah *public relations* Hotel Grand Tjokro Yogyakarta dan tiga wartawan media dan tiga pengunjung hotel. Selain itu peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, Strategi *media relations* yang dilakukan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta dalam mempertahankan citra sudah cukup baik. Strategi *media relations* yang dijalankan adalah berdasarkan tujuan hotel yang mengedepankan keunikan kearifan lokal budaya, mengutamakan fokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan serta dapat mendengar, memahami dan memberikan pelayanan terbaik di setiap lini bisnisnya. Strategi *media relations* hotel juga sesuai dengan strategi *media relations* Yosali Iriantara yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Persepsi yang terbentuk dari strategi *media relations* tersebut berhasil menciptakan citra positif bagi Hotel Grand Tjokro Yogyakarta.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, *Media Relations*, Citra

ABSTRACT

The high rate of growth of hotels in Yogyakarta causing competition in hospitality industry. Therefore, Hotel Grand Tjokro Yogyakarta is compelled to make a media relations strategy in order to create a fine public opinion and earning public's trusts. Thus, the writer interested to do more research about how the public relations strategy are being used. This research is meant to know which public relations strategy are being used by Hotel Grand Tjokro Yogyakarta Public and Relations in order to maintain a fine image and the perceptions formed by the media relations strategy. The method which are used in this research is qualitative-descriptive method by doing deal interviews and participatory observations as primary data for this research. As for the interviewees are Hotel Grand Tjokro Yogyakarta Public Relations and three media journalist and three hotel visitors. Aside from that, the writer used triangulation sources technique to determine the validity of the data. The results from this research can be concluded that, The media relations strategy carried out by the Grand Tjokro Hotel Yogyakarta in maintaining the image is quite good. The media relations strategy that is carried out is based on the hotel objectives that prioritize the uniqueness of local cultural wisdom, prioritizing a focus on meeting customer needs and being able to hear, understand and provide the best service in each of its business lines. The hotel media relations strategy is also in accordance with Yosol Iriantara's media relations strategy which is the reference in this study. The perception that was formed from the strategy of media relations managed to create a positive image for the Grand Tjokro Hotel in Yogyakarta.

Keywords : Strategy, Public Relations, Media Relations, Image