

## ABSTRAK

Persaingan Bisnis yang semakin ketat secara global, maka diharapkan perusahaan seperti Hotel BIFA Yogyakarta melakukan terobosan-terobosan melalui beberapa strategi *Marketing Public Relations* secara tepat dalam menyampaikan informasi melalui beberapa strategi dalam mempromosikan program spesial promosi untuk membangun *brand image* Hotel BIFA. Penelitian ini bertujuan untuk pengembangan strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* Hotel BIFA Yogyakarta dalam upaya membangun *brand image* ke masyarakat atau konsumen. Selain itu dikaji juga kendala-kendala yang dihadapi oleh pihak *Public Relations* Hotel BIFA dalam menerapkan strategi *Marketing Public Relations*-nya untuk membangun *brand image*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kesimpulan yang diperoleh bahwa *Marketing Public Relations* Hotel BIFA telah mengidentifikasi hal-hal apa saja yang menjadi keunggulan dan kelemahan Hotel BIFA, mengadakan rapat perencanaan program spesial promosi, pelaksanaan program dan mengadakan evaluasi setelah kegiatan. Ada enam strategi *Marketing Public Relations* dalam mempromosikan program spesial promosi untuk membangun *brand image* Hotel BIFA, yaitu: dengan *Invitation*, dengan strategi pemasaran via media, dengan strategi *direct visiting*, dengan strategi barter, dengan *sponsorship*, dan dengan strategi *keep contact*. *Brand image* yang sudah dibangun Hotel BIFA adalah sebagai hotel UKM (Unit Kegiatan Masyarakat) bernuansa etnik klasik Jawa yang menonjolkan fasilitas *meeting room*. Masyarakat memandang Hotel BIFA dengan positif dan masyarakat menilai Hotel BIFA merupakan hotel yang digunakan untuk *meeting room*, sehingga *brand image* yang dibangun Hotel BIFA sebagai hotel UKM sesuai dengan apa yang ada dibenak masyarakat dan konsumen.

## **ABSTRACT**

Businesses are increasingly tight competition globally, it is expected that companies such as hotels BIFA Yogyakarta make inroads through several strategies Marketing Public Relations as appropriate in conveying information through multiple strategies in promoting special promotional programs to build brand image BIFA hotel. The research objective is to develop marketing strategies undertaken by the Public Relations Public Relations BIFA Yogyakarta hotel in an effort to build brand image to the public or consumers. The second objective is to find out the constraints faced by the Public Relations BIFA hotel in Public Relations Marketing strategy to build its brand image. Sources of data obtained through interview techniques, observation, and documentation. The research method used in this research is descriptive method. The research is in the form of data needed to answer the formulation of the problem the authors. The conclusion is obtained that the BIFA hotel Marketing Public Relations has identified the things what are its advantages and disadvantages BIFA hotel, meeting special promotion program planning, program implementation and evaluation after the activity. Brand image that has been BIFA is a hotel built as a hotel SMEs (Community Work Unit) classical Javanese ethnic featuring meeting room facilities. Now people look at the hotel with a positive and community BIFA assess hotels BIFA is a hotel of the most frequently used for meeting rooms, so the brand image BIFA hotel built as a hotel SMEs in accordance with what society and the minds of consumers.