ABSTRAKSI

Rasiid Saputro, Nomor mahasiswa 152110034, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan nasional "Veteran" Yogyakarta. Judul Penelitian "Strategi *Public Relation* Dalam Membangun *Brand Image* Hotel Harper Sebagai Hotel Baru dan Merek Baru" (Studi Pada Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta)". Dosen Pembimbing I Dr. Susanta, Msi dan Dosen Pembimbing II Dr. H. Lukmono Hadi, M.S.

Perencanaan strategi merupakan proses penyusunan perencanaan jangka panjang maupun jangka pendek dengan menggunakan analisis lingkungan internal maupun lingkungan eksternal dari sebuah pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi *public relation* dalam membangun *brand image* yang paling tepat diterapkan oleh hotel Harper agar dapat memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman yang ada dengan mendayagunakan kekuatan dan mengantisipasi kekurangan.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplorasi. Teknik pengambilan data ini menggunakan dua tip yaitu wawancara kepada *public relation* dan memberikan kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 7 orang yaitu masing-masing dari divisi *public relation, sales, human resources, DOS, front office* dan 2 orang pengunjung hotel. Peneliti menggunakan teknis analisis data deskriptif dengan mencari faktor-faktor yang mempengaruhi dengan menggunakan tiga tahapan yaitu, tahap masukan yang berupa matriks *IFE* dan matriks *EFE*, tahap pencocokan dari matriks *SWOT* dan tahap keputusan yang diambil dari matirk *QSPM*.

Hasil dari pengolahan data pada matriks *SWOT* menghasilkan tiga macam alternatif strategi, yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar dan strategi penghematan. Hasil perhitungan *QSPM* menunjukan perspektif nilai strategi alternatif tertinggi adalah dengan strategi pengembangan pasar untuk memperkenalkan produk atau jasa yang sudah ada ke wilayah baru, dimana *public relation* mengoptimalkan kapasitas promosi, mengusahakan pengembangan SDM, mengenalkan merek baru dengan nilai *TAS* sebesar 6.936. Langkah selanjutnya adalah melakukan langkah-langkah diimplementasikan dari stratetegi *public relation* dalam membangun *brand image* yaitu meningkatkan intensitas dan kualitas promosi iklan pada media online situs *booking* untuk menarik wisatawan agar dengan mudah memesan kamar, mengenalkan produk hotel Harper sebagai hotel baru dari Archipelago yang mengusung konsep rustik, mengedukasi pasar untuk mencari pelanggan baru dengan bantuan media melalui majalah, surat kabar dan radio, mengembangkan kualitas SDM dengan adanya *training* bagi *public relation* dengan bantuan dari divisi *human resources*, mengambil alih kendali pada *market share* hotel di Jalan Mangkubumi.

Kata kunci: **Strategi, *Public Relation, Brand Image***