**ABSTRAK**

Hotel Bidakara Grand Savoy Homann nyaeta salah sahiji hotel bergengsi anu ngagaduhan sajarah hususna kanggo dayeuh Bandung. Hotel Savoy Homann ngabogaan divisi Sales and Marketing anu didalamnya aya Public Relations anu ngabogaan tugas kanggo ngajagi wasta sae hotel Savoy Homann supados tiasa angger eksis didunia perhotelan,oge sanggem ngaronjatkeun wangwangan anu atos terbangun saprak tangtung na Hotel Savoy Homann ieu ngaliwatan Media Relations. Media Relations nyaeta hubungan anu dijalin antawis pihak hotel kalawan media-media sepertos radio,koran,majalah,pariwara internet sarta televisi.

Panalungtikan ieu berfokus dina Media Relations anu dijalankeun ku Public Relations Officer di Hotel Grand Bidakara Savoy Homann Bandung. Pendekatan dina panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan kualitatif kalawan padika deskriptif sarta pemilihan sample ngagunakeun teknik purposive sampling kalawan responden yaktos Nadilla Muthari Aryanti minangka Public Relations Officer di Hotel Grand Bidakara Savoy Homann Bandung. Data anu terkumpul asalna ti kenging wawancara sarta observasi.

Dumasar ti kenging panalungtikan menunjukeun yen dina promosi,PR Hotel Savoy Homann bade ngutamakeun brand awareness anu ngiring hal mekar jaman,tanpa kedah ngurangan hystorical value anu kagaduh ku Hotel kalawan ngalakukeun penggabungan peunteun-peunteun kasebat dina hiji wangun kagiatan promosi anu dipigawe. Panalungtikan singget sepertos menyusuri fenomena anu lumangsung di balarea kira-kira,atawa penyusuran design design promosi anu ngabogaan aesthetic sarta hartos anu sae dina promosi bade teras dipigawe kanggo tiasa metot interest. Margi,perkawis kasebat bade robih seiring kalawan wanci sarta fenomena-fenomena anu lumangsung di balarea. PR Hotel Savoy Homann Bandung bade teras memperbaharui trend promosi maranehanana luyu kalawan keinginan/interest balarea atawa nu datang,tanpa kedah ngurangan peunteun-peunteun sajarah anu kagaduh.

Tujuan ahir ti kagiatan ieu teh kanggo ngaronjatkeun penjualan atawa purchase ti produk atawa jasa anu ditawarkeun. Di Hotel Savoy Homann Bandung,Purchase oge mangrupa tujuan ahir anu tiasa dijadikeun tampik ukur keberhasilan promosi anu dipigawe. Nurutkeun kenging panalungtikan anu dipigawe,purchase mangrupa hiji babak anu dipigawe kanggo teras dikembangkeun sarta barobah kaayaan bahan evaluasi anu fatal dina bisnis anu dijalani pihak hotel. Public Relations Hotel Bidakara Grand Savoy Homann Bandung ngalakukeun kagiatan Media Relations kalawan 2 (dua) cara,nyaeta ngalakukeun Promosi sarta Pemberitaan kanggo nyieun wangwangan sae Hotel Bidakara Grand Savoy Homann Bandung supados tiasa ngaronjatkeun Brand Awareness,Interets,dugi Purchase ti balarea minangka feedback anu dipambrih kanggo balarea pigawe ka kagiatan Media Relations anu dipigawe Public Relations di Hotel Bidakara Grand Savoy Homann Bandung.