***STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS HOTEL NEXA***

(Studi Kasus *Marketing Public Relations* Pada Nexa Hotel Bandung)

**Carissa Charlene1**

1 Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan

1 Carissacharlene8@gmail.com

***ABSTRACT:*** *The development of the hospitality business in the Bandung City is one of the very interesting phenomena to be explored deeply. Given the existence of globalization in the economic field that opens wider business opportunities, making entrepreneurs participate in competing in attracting consumers. The impact of globalization has made the industry in the aspects of services such as manufacturing, transportation, telecommunications, banking and many other companies engaged in other services to develop very rapidly. The hospitality business is one of the services sectors that has developed so rapidly. Industries that offer these products and services have many aspects that will support their success in attracting consumers. Services business is a service sector that offers hospitality and the skills of employees in packaging products and services offered to prospective customers. The convenience of hotel visitors in using hotel services is the main prerequisite, so hotel managers must create the best possible comfort and facilities so that hotel occupancy services can be maintained. In marketing activities, communication activities become one of the pillars that contribute significantly to sales. The Marketing Public Relations activity emphasizes various communication activities carried out to help sales, the activity focuses on the use of media and communication techniques, from the use of advertising techniques, campaigns in the context of public relations. Brand activation and more. These activities are carried out in an integrated manner to produce high effectiveness of communication activities. This study focuses on efforts to explore the strategies and forms of marketing public relations activities used by hotels in building images by taking certain positioning as a marketing strategy. The Marketing Public Relations activity gives a focus on using integrated public relations media to build stronger imagery. The public relations media itself includes the use of media such as advertising, personal selling, public relations, internet marketing, direct selling, e-commerce, and other communication media that support marketing public relations activities.*

*Keywords: Public Relations, Hospitality Industry, Marketing, Business*

**ABSTRAK:** Perkembangan bisnis perhotelan di Kota Bandung merupakan salah satu fenomena yang sangat menarik untuk disimak dan digali lebih dalam. Mengingat adanya globalisasi di bidang ekonomi yang membuka peluang usaha semakin lebar, sehingga membuat para pengusaha turut berkompetisi dalam menjaring konsumen. Dampak globalisasi tersebut membuat industri pada aspek jasa seperti manufaktur, transportasi, telekomunikasi, perbankan dan banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa lainnya berkembang dengan sangat pesat. Bisnis perhotelan merupakan salah satu bidang jasa yang berkembang demikian pesatnya. Industri yang menawarkan produk dan layanan ini memiliki banyak aspek yang akan menyokong keberhasilannya dalam menjaring konsumen. Usaha bidang jasa merupakan sektor layanan yang menawarkan akeramah-tamahan serta ketrampilan para karyawan dalam mengemas produk dan layanan jasa yang disodorkan kepada calon *Customer*. Kenyamanan pengunjung hotel dalam menggunakan jasa hotel merupakan prasyarat utama, sehingga para pengelola hotel harus menciptakan kenyamanan dan fasilitas sebaik mungkin agar jasa hunian hotel dapat dipertahankan.

 Dalam aktifitas pemasaran, kegiatan komunikasi menjadi *Marketing Public Relations* memberikan penekanan pada berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk membantu penjualan, kegiatan tersebut berfokus pada penggunaan media dan teknik komunikasi, dari penggunaan teknik periklanan, kampanye dalam konteks *Public Relations*. *Brand activation* dan banyak lagi. Kegiatan tersebut dilakukan secara terpadu untuk menghasilkan efektifitas yang tinggi dari kegiatan komunikasi. Penelitian ini mengambil fokus pada upaya untuk menggali strategi dan bentuk kegiatan *Marketing Public Relations* yang dipergunakan oleh hotel dalam membangun citra dengan mangambil *positioning* tertentu sebagai strategi pemasaran. Kegiatan *Marketing Public Relations*memberik fokus pada penggunaan media *Public Relations* yang terintegrasi untuk membangun pencitraan yang lebih kuat. Media *Public Relations* sendiri meliputi penggunaan media seperti periklanan, *personal selling, public relations, internet marketing, direct selling, e-commerce*, serta media komunikasi lainnya yang mendukung kegiatan *Marketing Public Relations.*

Kata Kunci: Perhotelan, Bisnis Usaha Jasa, Hospitality, Public Relations, Marketing Tools

.

# DAFTAR RUJUKAN

 Kertajaya Hermawan, 2006. Seri 9 Elemen Marketing Hermawan Kertajaya on positioning, Mizan & Mark Plus. Co. Jakarta

Kapferer Jean-Noel, 2000. Strategic Brand Management, Kopan Page, London

Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Prof Deddy Mulyana, M.A., Ph.D.

Dr. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc & Dr. Idi Subandy Ibrahim, M. Si. Metode Penelitian Komunikasi (Revisi)

Kotler Philip, 2000. Marketing Management, Prentice Hill, New Jersey.

Lovelock, C.H and Weinberg, CB, 1984.,Marketing Relations Public Relationssinciples and Public Relationssactise, International Thimsom Business Public Relations, Los Angeles.

Prisgunanto Ilham, 2006, Komunikasi Pemasaran Strategi dan Taktik, Ghalia, Indonesia, Bogor.

Yin Robert K, 1996, Studi Kasus Desain dan Metode. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Tjiptono Fandy, 1997, Strategi Pemasaran Edisi kedua, Andi, Yogyakarta

Mulyana, Deddy, 2006 Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Tjiptono Fandy, 1997, Strategi Pemasaran Edisi kedua, Andi, Yogyakarta

Moleong., L.J, (2006), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya

Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si. 2012*, Media Relations, Konsep, Strategi &Aplikasi.*

Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan .*Wirania Swasty, Abd, Rachman Arief, *Ilmu Perhotelan & Restoran, BrandingMemahami Dan Merancang Strategi Merek*

Rusidi. 2006. *Metodologi Penelitian,* Bandung: kompilasi Bahan-bahan kuliah metodologi penelitian di Pascasarjana UNPAD.

Satibi, Iwan. 2011. Teknik Penulisan Skrips. Tesis desertasi,Bandung: Ceplas.