

ABSTRAK

Strategi Humas Sofyan Hotel Dalam Membangun *Brand Awareness*

Oleh

Ilham Idris Ardiansyah

NPM : 2015210029

(xiv + 96 hal + 6 gambar + 7 lampiran + 27 bibl (2000-2017))

Perkembangan dunia industri Hotel atau penginapan yang pada saat sekarang dan semakin banyaknya tempat-tempat penginapan baik untuk turis yang sedang melakukan liburan maupun hanya untuk sebagai tempat istirahat bagi sebagian orang, dengan memiliki tujuan melakukan kunjungan kerja ke suatu kota, seperti halnya berkunjung atau hanya berniat liburan di Jakarta. Di Indonesia sangatlah berkembang pesat dan hasil dari perkembangan tersebut dapat banyak memunculkan perusahaan-perusahaan yang baru, diantaranya itu yakni dibidang perhotelan. Baik yang bersifat *general* atau umum, maupun yang berazaskan nilai Syariat Agama Islam. Seperti halnya dengan Sofyan Hotel Jakarta, maka hotel tersebut perlu melakukan adanya kegiatan yang berkaitan dengan Humas, yakni *Marketing Public Relations* dalam membangun *Brand Awareness* perusahaan hotelnya tersebut dikalangan masyarakat. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi humas apa yang diterapkan oleh Sofyan Hotel Jakarta dalam membangun *brand*-nya. Konsep penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Three Ways Strategy*, dua diantaranya yakni *Pull* dan *Push*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara yang cukup mendalam. Informan disini terbagi menjadi 3, yaitu *Key Informant 1*, *Key Informant 2* dengan 1 *Informant* yakni HRD dari Sofyan Hotel, lalu Pegawai dari GRO Sofyan Hotel dan satu konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dilapangan, maka berkesimpulan bahwa Sofyan Hotel telah melakukan strateginya yaitu seperti membuat promo sebagus mungkin (*Pull Strategy*), lalu kemudian dilanjutkan dengan mendorong kesadaran dari masyarakat (*Push Strategy*).

Kata Kunci : Strategi Humas dalam Membangun *Brand Awareness*

ABSTRACT

Sofyan Hotel's PR Strategy in Building Brand Awareness

By

Ilham Idris Ardiansyah

NPM : 2015210029

(xiv + 96 page + 6 image + 7 attachment + 27 bibl (2000-2017))

The development of the hotel industry or lodging industry at the present time and the increasing number of lodging places both for tourists who are on vacation or just as a place of rest for some people, with the aim of making work visits to a city, such as visiting or just intending vacation in Jakarta. In Indonesia, it is developing rapidly and the results of these developments can lead to many new companies, including in the hotel sector. Either general or general, or based on Islamic Sharia values. As is the case with Sofyan Hotel Jakarta, the hotel needs to conduct activities related to PR, namely Marketing Public Relations in building Brand Awareness of the hotel company among the public. Therefore, the purpose of this research is to find out what public relations strategies implemented by Sofyan Hotel Jakarta in building its brand. The research concept used in this study is Three Ways Strategy, two of which are Pull and Push. This research uses descriptive qualitative method. In data collection techniques, researchers use a fairly in-depth interview technique. The informants here are divided into 3, namely Key Informant 1, Key Informant 2 with 1 Informant namely HRD from Sofyan Hotel, then Employees from GRO Sofyan Hotel and one customer. Based on the research results obtained by researchers in the field, the conclusion is that Sofyan Hotel has carried out its strategy which is like making a promo as good as possible (Pull Strategy), then followed by encouraging public awareness (Push Strategy).

Keyword : PR Strategy in Building Brand Awareness