

## ABSTRAK

**M. SEPTIAN HERDINATA. NPM: 1851063. Strategi Public Relations Hotel The Zuri Baturaja Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Skripsi (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Di bawah Bimbingan Yunizir Djakfar M.I.P. sebagai Pembimbing I dan Septiana Wulandari, M.I.Kom. sebagai Pembimbing II.**

Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, rencana merupakan produk dari suatu perencanaan yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar manajemen. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi *Public Relations* Hotel The Zuri Baturaja Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Dalam penelitian ini untuk mendukung berjalannya kegiatan penelitian menjadi lebih terarah dan fokus dalam mencapai target yang diinginkan, penulis dalam hal ini menggunakan teori Teori Perencanaan.

Perencanaan yang dilakukan public relation Hotel The Zuri Baturaja meliputi beberapa tahapan dalam penerapannya sehingga dapat mencapai sasaran yang dituju. Tahap tersebut yaitu analisa hal layak, penentuan tujuan, pemilihan media, rancangan pesan, dan evaluasi program.

Pada tahap analisa hal layak dalam perencanaan pemasaran, yang menjadi Segmen sasaran Hotel The Zuri adalah masyarakat dari kalangan atas, pengusaha, pejabat pemerintah yang berkunjung ke Kabupaten Ogan Komering Ulu dan sekitarnya. Tujuan dari public Relations hotel The Zuri Baturaja adalah bagaimana memperoleh citra produk dimata pelanggan/konsumen, namun dalam pelaksanaannya, melakukan kerjasama (koordinasi) untuk mencapai keuntungan dan sekaligus memperoleh positioning yaitu citra produk. Penyusunan strategi pemilihan media atau saluran informasi yang digunakan oleh The Zuri Hotel Baturaja didasarkan pada pertimbangan luasnya jangkauan media sehingga dapat diterima oleh publik yang dijadikan sasaran, media yang digunakan. Media informasi yang digunakan adalah media digital seperti Website. Kerjasama dengan beberapa radio local seperti radio Sukses FM dan Baturaja Radio. Strategi Pemilihan Pesan Dalam menyusun pesan yang akan disampaikan ke publik sasaran menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami oleh public. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris karena tamu yang datang atau wisatawan yang datang adalah wisatawan mancanegara, seperti Inggris, Saudi Arabia, Kanada, Jepang, Australia dan lain sebagainya. Pemilihan bahasa ini dirumuskan terlebih dahulu sebelum dikomunikasikan kepada public. Evaluasi program yang dilakukan oleh Manager HRD The Zuri Hotel Baturaja adalah dengan cara menyediakan guest comment yang disediakan di meja receptionist, dari hasil guest comment tersebut, pihak manajemen The Zuri Hotel Baturaja dapat mengetahui seberapa besar tingkat keberhasilan dari program dari para pengunjung atau wisatawan yang menginap di The Zuri Hotel Baturaja.

***Kata Kunci: Strategi, Public Relations, Hotel, Pengunjung***

## ABSTRACT

*M. SEPTIAN HERDINATA. NPM: 1851063. Public Relations Strategy of The Zuri Baturaja Hotel to Increase the Number of Visitors. Thesis (S-1) Department of Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences, University of Baturaja. Under the Guidance of Yunizir Djakfar M.I.P. as Advisor I and Septiana Wulandari, M.I.Kom. as Advisor II.*

*Strategy is an integrated part of a plan, the plan is a product of a plan which in the end planning is one of the basic functions of management. The problem in this research is how the Public Relations Strategy of The Zuri Baturaja Hotel to Increase the Number of Visitors. In this study to support the running of research activities to be more focused and focused in achieving the desired target, the author in this case uses the planning theory. The planning carried out by the public relations of The Zuri Baturaja Hotel includes several stages in its implementation so that it can achieve the intended target. These stages are audience analysis, goal setting, media selection, message design, and program evaluation. Audience analysis, is the initial stage that really determines the direction and purpose of planning. The target segment of The Zuri Hotel is the community from the upper class, businessmen, government officials who visit Ogan Komering Ulu Regency and its surroundings. The preparation of the media selection strategy or information channel used by The Zuri Hotel Baturaja is based on the consideration of the wide reach of the media so that it can be accepted by the target public. At the message design stage to strategize the communication components carried out by the PR Manager in collaboration with the sales marketing manager of The Zuri Hotel Baturaja. Evaluation should be an activity inherent in the communication program plan. The program evaluation carried out by the HRD Manager of The Zuri Hotel Baturaja is by providing guest comments at the receptionist's desk.*

*Keywords: Strategy, Public Relations, Hotel, Visitors*