

## ABSTRAK

### ANALISIS KOMUNIKASI STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS (MPR)* HOTEL SANTIKA BENGKULU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGHUNI

Oleh :  
VINNY ALVIA  
1010863011

Dosen Pembimbing :  
Dr. Ernita Arif M.SI  
Revi Marta, M.I.Kom

Persaingan bisnis perhotelan untuk memperebutkan pelanggan pada saat ini tidak lagi terbatas pada atribut fungsional jasa, melainkan sudah dikaitkan dengan fasilitas yang mampu memberikan citra khusus bagi pelanggannya. Pada tingkat persaingan yang makin kuat, fasilitas memberikan kontribusi menciptakan dan menjaga daya saing sebuah jasa. Hotel Santika Bengkulu membutuhkan strategi *marketing public relations* dalam menghadapi persaingan bisnis perhotelan untuk memperebutkan pelanggan dan meningkatkan jumlah huniannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi marketing *public relations* Hotel Santika Bengkulu dalam meningkatkan jumlah hunian dan hambatan komunikasi dalam melakukan strategi MPR tersebut dengan menggunakan model komunikasi dalam *public relations* dan teori *promotion mix* (bauran promosi), penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan pihak hotel seperti *general manager, marketing, public relations, dan human resource* serta tamu hotel yang menjadi triangulasi sumber.

Hasil yang dicapai dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hotel Santika Bengkulu telah menerapkan strategi *marketing public relations* yang digolongkan dalam strategi *promotion mix* (bauran promosi). Kegiatan MPR yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Bengkulu yaitu dengan menggunakan iklan media cetak dan elektronik, melakukan *sales call* ke kantor-kantor, memberikan sponsor untuk berbagai kegiatan, mengadakan aktivitas layanan sosial, media identitas, *direct marketing* melalui situs *website travel agent* dan via *mobile*, dan melaksanakan PR internal untuk membangun hubungan yang baik antar karyawan. Hambatan komunikasi yang ada yaitu kurangnya staf kerja dan kurangnya pemahaman mengenai *public relations* seperti tidak adanya latar belakang yang berkaitan dengan *public relations*, kurangnya fasilitas *graphic design*, dan seringnya terjadi kesalahpahaman antar karyawan.

**Kata kunci :** *public relations, strategi marketing public relations, Hotel Santika Bengkulu*