

**STRATEGI *PUBLIC RELATION* (PR) DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA
POSITIF PRIME PLAZA HOTEL JOGJAKARTA MELALUI *MEDIA RELATION***

Felix Ardito Putranto

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

felixardito@gmail.com

ABSTRAK

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang menjadi tujuan destinasi wisata baik lokal maupun internasional. Yogyakarta terdapat ratusan hotel dari yang biasa saja hingga bintang lima, dalam menjaga eksistensinya pihak hotel harus menjalin media relation agar citra positif hotel tersebut tetap terjaga di mata masyarakat luas. Dengan peneliti bermaksud untuk meneliti bagaimana bagaimana strategi *Public Relation* dalam mempertahankan citra positif Prime Plaza Hotel Jogjakarta melalui *Media Relation*. Dalam penelitian ini subject penelitian adalah Public Relation Prime Plaza Hotel Jogjakarta, CSR Radar Jogja, Marketing Prambors Jogja dan objeknya adalah Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam mengkaji penelitian, selain itu peneliti menggunakan teori Strategi Media Relation dan Teori Citra. Hasil yang peneliti dapatkan adalah *Public Relation* dari Prime Plaza Jogjakarta dalam menjalankan tugasnya di lapangan sudah sangat sesuai dengan teori yang penulis gunakan salah satunya dengan menjaga hubungan baik dengan media Prambors Jogja dan Radar Jogja.

Kata kunci : *Strategi PR, Citra (Image), Media relation*

Abstrack

Yogyakarta is the one of the cities that is a destination for both local and international tourist destinations. Yogyakarta has hundreds of hotels from ordinary to five-star, in maintaining its existence the hotel must establish media relations so that the positive image of the hotel is maintained in the eyes of the wider community. The researcher intends to examine how the Public Relations strategy in maintaining the positive image of Prime Plaza Hotel Jogjakarta through Media Relations. In this research, the research subject is Public Relations of Prime Plaza Hotel Jogjakarta, CSR Radar Jogja, Marketing Prambors Jogja and the object is Prime Plaza Hotel Jogjakarta. Researchers use qualitative research methods in reviewing research, besides that researchers use Media Relations Strategy theory and Image Theory. The results that the researchers got were that the Public Relations of Prime Plaza Jogjakarta in carrying out their duties in the field was very in accordance with the theory that the author used, one of which was by maintaining good relations with the Prambors Jogja media and Radar Jogja.

Keywords : *PR Strategy, Image, Media relation*