

**ANALISIS *STRATEGI BRANDING* DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
*BRAND RECALL* HOTEL AR+OTEL YOGYAKARTA**

**LISA ROMARDI**

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: [romardilisa02@gmail.com](mailto:romardilisa02@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis *Strategi Branding* dalam upaya meningkatkan *Brand Recall* Hotel Ar+otel Yogyakarta. *Strategi Branding* dapat membantu Industri Perhotelan bertahan dari perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan sebuah hotel, dan ancaman kompetitor. Penelitian ini merupakan penelitian *Kualitatif Konstruktivisme*, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terarah dengan Manajemen Sales & Marketing Hotel Ar+otel Yogyakarta, observasi partisipan, dan dokumentasi. Hasil analisis *Strategi Branding* yang dilakukan oleh Hotel Ar+otel Yogyakarta dalam upaya meningkatkan *Brand Recall* melalui Elemen *Recognition*, *Unaided Recall* memberikan implikasi yang kuat dalam membangun elemen visual, dan berbagai fasilitas ikonis, serta menciptakan kolaborasi dengan berbagai pihak. Elemen *Aided Recall* dan *Top of Mind* sebagai proses mengkomunikasikan kembali *Brand Recall* melalui komunikasi pemasaran secara interpersonal dan menyenangkan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru bagi para pelaku Industri Perhotelan yang dapat di terapkan dalam proses mempertahankan *Brand Recall* secara komprehensif dan konsisten.

Kata Kunci : *Strategi Branding*, *Brand Recall*, Hotel Ar+otel Yogyakarta.

**ANALYSIS OF *BRANDING STRATEGIES* IN AN EFFORT TO INCREASE  
*BRAND RECALL* OF AR+OTEL YOGYAKARTA HOTEL**

**LISA ROMARDI**

Study Program of Communication Science

Faculty of Communication Science and Multimedia

Mercu Buana University Yogyakarta

Email: [romardilisa02@gmail.com](mailto:romardilisa02@gmail.com)

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the *Branding Strategy* in an effort to increase *Brand Recall* of Ar+otel Yogyakarta Hotel. *Branding Strategy* can help the Hospitality Industry survive changes in consumer behavior in using a hotel, and competitor threats. This research is a *Constructivism Qualitative* research, with data collection techniques through directed interviews with Sales & Marketing Management of Ar+otel Yogyakarta Hotel, participant observation, and documentation. The results of the analysis of the *Branding Strategy* carried out by Ar+otel Yogyakarta Hotel in an effort to increase *Brand Recall* through *Recognition Elements*, *Unaided Recall*, provides strong implications in building visual elements, and various iconic facilities, as well as creating collaborations with various parties. *Aided Recall* and *Top of Mind* elements as a process of re-communicating *Brand Recall* through interpersonal and fun marketing communications. This research is expected to provide new knowledge for Hospitality Industry players that can be applied in the process of maintaining *Brand Recall* comprehensively and consistently.

Keywords: *Strategy Branding*, *Brand Recall*, Hotel Ar+otel Yogyakarta.