

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI
Jurusan Komunikasi Pemasaran
Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi
Semester Genap tahun 2011/2012

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* HOTEL LE MERIDIEN JAKARTA DALAM
MELAKUKAN PROMOSI MELALUI *MEDIA RELATIONS*
(Studi Kasus : *Meeting Room* di Hotel Le Meridien Jakarta)
Diana Sari Dewi 1200998946**

Abstrak

Persaingan bisnis yang semakin ketat secara global, maka diharapkan perusahaan seperti Hotel Le Meridien Jakarta melakukan terobosan-terobosan melalui beberapa strategi *Public Relations* secara tepat dalam menyampaikan informasi dalam mempromosikan *meeting room* yang ada disana. Hotel Le Meridien merupakan hotel bintang lima bertaraf internasional yang berlokasi di Jakarta memiliki dua paket *meeting room* yaitu *sustainable meeting package* dan *non sustainable meeting package*. *Sustainable meeting package* adalah paket *meeting room* yang ramah lingkungan. Perbedaan *sustainable meeting package* dan *non sustainable meeting package* adalah di *set up* nya saja. Melalui penelitian ini, penulis ingin mengamati dan meneliti mengenai strategi yang dilakukan divisi *public relations* Hotel Le Meridien Jakarta dalam melakukan promosi *meeting room* yang ada melalui *media relations*. Selain itu diharapkan melalui penelitian ini, dapat memberikan masukan untuk dapat lebih meningkatkan promosi *meeting room* yang ada disana. Dalam meneliti mengenai strategi yang dilakukan oleh divisi *public relations*, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara dengan divisi *public relations*, *banquet*, *sales & marketing* dan tamu yang terdiri dari tamu yang pernah menggunakan *sustainable meeting package* dan *non sustainable meeting package*. Penulis memperoleh data dari hasil wawancara dan observasi, serta didukung oleh *database* dari divisi *public relations* dan *banquet*. Setelah penulis menganalisis dan mengolah hasil yang diperoleh bahwa strategi yang dilakukan adalah melalui media cetak seperti surat kabar, majalah, brosur, *flyer* dan media elektronik seperti *email blast*, *social media*, *website* sudah cukup berjalan dengan baik. Hal ini dilihat dari semakin meningkatnya penggunaan *meeting room* di tahun 2011 setelah diluncurkannya *sustainable meeting package* di tahun yang sama.

Kata Kunci

Public Relations, Promosi, *Media Relations*, *Meeting Room*