



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* HOTEL GRAND KEISHA DALAM MEMBANGUN LOYALITAS TAMU PERIODE BULAN MARET 2024 HINGGA BULAN MEI 2024

Sherlly Puspita Devi
520171136

Hotel Grand Keisha telah menerapkan strategi untuk membangun dan mempertahankan loyalitas tamu secara *online* dengan menggunakan media massa maupun secara langsung dengan meningkatkan pelayanan kepada tamu hotel melalui pelatihan *staff*. Masalah yang akan diuraikan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi *public relations* Hotel Grand Keisha dalam membangun loyalitas tamu dimulai pada bulan Maret hingga bulan Mei 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah dapat mengetahui strategi komunikasi *public relations* Hotel Grand Keisha dalam membangun loyalitas tamu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan paradigma *post positivism*. Strategi yang digunakan menggunakan teori PENCILS oleh Thomas L. Harris. Publikasi menggunakan media sosial instagram dan tiktok. Event calendar yang diadakan setiap tahunnya. News mengundang rekan – rekan media, portal online, dan rekan radio. *Community involvement* bekerja sama dengan masyarakat. Inform to image menginformasi atau meraih citra melalui layanan yang prima. Lobbying and negotiating pendekatan atau bernegosiasi bekerja sama dengan pihak *eksternal*. Sosial responsibility kegiatan sosial CSR dan program *website offer*. Dengan mengadakan promo dan memberikan *reward* kepada tamu yang *repeater* dapat menarik kunjungan tamu. Hal ini bergantung pada pengalaman positif tamu, pelayanan yang ramah, serta kepercayaan yang terbangun.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Public Relations, Loyalitas, Tamu Hotel

ABSTRACT

GRAND KEISHA HOTEL'S PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY IN BUILDING GUEST LOYALTY FOR MARCH 2024 TO MAY 2024 PERIOD

Sherlly Puspita Devi
520171136

Hotel Grand Keisha has implemented a strategy to build and maintain guest loyalty online by using mass media and directly by improving service to hotel guests through staff training. The problem outlined in this study is how Hotel Grand Keisha's public relations communication strategy in building guest loyalty starts from March to May 2024. This study aims to find out the public relations communication strategy of Hotel Grand Keisha in building guest loyalty amid a decline in star hotel rooms. This research uses a qualitative and descriptive approach and a post-positivism paradigm. Holding promos and rewarding repeat guests can attract guest visits. Based on the research results on the public relations communication strategy of the Grand Keisha Hotel in building guest loyalty from March to May 2024, it can be concluded that guest loyalty is the key in the hospitality accommodation service industry. This program depends on a positive guest experience, friendly service, and building trust.

Keywords: *Communications Strategy, Public Relations, Loyalty, Hotel Guests*