

## ABSTRAK

Nurulia Fera Syukur, B36210096, 2014. *Brand Strategy* Dalam *Public Relations* Hotel Bekizaar Surabaya. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : *Brand Strategy*, Hotel, Perencanaan, Implementasi, *Public Relations*

Pada skripsi ini persoalan yang hendak dikaji mencakup dua fokus, yaitu : (1) Perencanaan dari *Brand Strategy* dalam *Public relations* Hotel Bekizaar. (2). Implementasi dari perencanaan *Brand Strategy* yang dilakukan oleh *Public Relations* Hotel Bekizaar.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *human resource* dengan jenis penelitian kualitatif. Sesuai dengan persoalan tersebut maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan terlibat, wawancara mendalam dan dokumentasi. Sementara untuk menegaskan keabsahan data maka dilakukan triangulasi dan penggalian data melalui referensi yang memadai.

Subyek penelitian adalah direktur utama Wira Jatim Group, pakar *branding* dan desain, manajemen operasional dan tamu hotel Bekizaar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) perencanaan *Brand* dirumuskan oleh *Top Management* dengan melibatkan divisi-divisi yang berkaitan langsung pada pelaksanaan fungsi dan tugas *public relations*, meliputi aspek *Brand Positioning*, *Identity*, *Personality* dan *Communication* yang dibentuk sebagai bangunan utuh dari *Brand* Bekizaar yang memiliki nilai manfaat bagi *stakeholder* Bekizaar. (2) Pengimplementasian dari rencana *brand strategy* melalui empat aspek perencanaan membentuk fokus strategi pencapaian dari divisi *sales and marketing* untuk membangun *brand communication* kepada *customer*. Kesemuanya bermuara pada fleksibilitas penerapan strategi.

Berdasarkan penemuan tersebut, peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai pertimbangan Manajemen Hotel Bekizaar; (1) Perkuatan *culture* yang progresif untuk perkembangan hotel. (2) Perlunya peningkatan kegiatan pengembangan karyawan (3) Optimalisasi hasil divisi *Marketing* dengan penambahan staf (4) Memperkuat pemasaran *Brand* di ranah *online* (5) Memperkuat *media relations* melalui *publisitas* berita dan iklan yang saling menguntungkan. Peneliti merasa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam menguraikan permasalahan *Brand Strategy* dalam *Public Relations* Hotel Bekizaar, sehingga tema yang diangkat ini dapat dikaji lagi dalam penelitian berikutnya.