

Kegiatan divisi hubungan masyarakat perhotelan dalam membangun citra khalayak (Studi kasus pada kegiatan Divisi Hubungan Masyarakat Hotel The Aryaduta Jakarta dalam membangun citra khalayak)

Amelia Luthfiah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284175&lokasi=lokal>

Abstrak

Untuk mencapai keberhasilan pada jaman yang semakin maju dan penuh persaingan sekarang setiap usaha haruslah mendapat dukungan masyarakat, khususnya pada kelompok masyarakat yang berkepentingan langsung dengan usaha. Maju mundurnya usaha tidak hanya tergantung pada tersedianya sarana yang serba lengkap namun juga dari citra masyarakat terhadap usaha yang bersangkutan.

Dengan kata lain keberhasilan suatu usaha yang besar tidak semata-mata hanya tergantung kepada keahlian pengelola. Ternyata sebagian besar keberhasilan suatu usaha dalam mengkomunikasikan pesan-pesan perusahaan kepada khalayak dalam rangka pembentukan citra positif

pe~us~.hac:m ..

yang kua l ita t i f i ni . ~

penulis meneliti beberapa aspek, yaitu :

Kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan oleh suatu

perusahaan, bagaimana peran dan fungsi Divisi Hubungan

Masyarakat dalam membangun citra khalayak ?

Bagaimana citra khalayak

tersebut ?

perusahaan perhotelan

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan Humas (perhotelan)

dalam membangun citra khalayak diteliti penulis melalui

promosi dan publikasi, pelayanan fasilitas dan suasana.

Segala

khalayak

Aryaduta

kegiatan Humas Aryaduta dalam membangun

citra khalayak

terutama untuk meningkatkan pelayanan, fasilitas dan suasana

Humas

hotel

yang mementingkan mutu produk, fasilitas dan suasana) dan

Dari hasil penelitian ini penulis dapat menyimpulkan beberapa hal penting yaitu antara lain:
Pemilihan lokasi hotel yang strategis di pusat kota dan manajemen Hyatt yang profesional merupakan salah satu.