

# Strategi marketing public relations (MPR) sebagai upaya untuk meningkatkan brand awareness Meli Hotels International di Indonesia pada tahun 2017 = Marketing public relations strategy (MPR) as an effort to raise brand awareness of meli hotels international in indonesia in 2017

Habibi Azis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20478913&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Makalah ini membahas mengenai Strategi Marketing Public Relations sebagai upaya untuk meningkatkan brand awareness Meli Hotels International di Indonesia. Hal yang melatarbelakangi pelaksanaan strategi ini ialah untuk meningkatkan awareness dari Meli Hotels International di Indonesia ditengah ketatnya persaingan bisnis perhotelan di Indonesia. Terdapat 3 srategi MPR yang digunakan yakni pull, push, dan pass, di dalam masing-masing strategi terdapat berbagai kegiatan yang kemudian dianalisis dalam makalah ini.

Tujuan dari penulisan makalah ini adalaah menganalisis masing-masing strategi MPR yang dilakukan oleh Meli Hotels International di Indonesia pada tahun 2017 yang bertujuan untuk meningkatkan tahapan brand awareness masyarakat dari brand unaware menjadi brand recognition.

Hasil analisis dari makalah ini ialah Meli Hotels International menggunakan ketiga strategi MPR. Strategi pull yang dilakukan ialah mengadakan special event yakni influencer engagement dan media trip. Berbagai publikasi seperti promosi harga dan pelayanan terbaru disebarkan ke media sebagai strategi push. Pada strategi pass pemilihan brand awareness dilakukan untuk membentuk persepsi khalayak akan Meli Hotels International.

.....This paper discusses the Marketing Public Relations Strategy as an effort to raise the brand awareness of Meli Hotels International in Indonesia. The thing behind the implementation of this strategy is to increase awareness of Meli Hotels International in Indonesia amidst the tight competition of hotel business in Indonesia. There are 3 MPR strategies such as pull, push, and pass, in each strategy there are various activities which are then analyzed in this paper.

The purpose of writing this paper is to analyze each MPR strategy undertaken by Meli Hotels International in Indonesia in 2017 which aims to increase the stages of brand awareness of the public from brand unaware to brand recognition.

The analysis of this paper is Meli Hotels International using the three MPR strategies. The pull strategy is to hold special event that is influencer engagement and media trip. Various publications such as price promotions and the latest services are distributed to the media as a push strategy. On the pass strategy the selection of brand awareness is done to shape the audience perception of Meli Hotels International.