



UPAYA PENGELOLAAN BRANDING HOTEL MELALUI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI KUNCI KESUKSESAN DI HOTEL PANTAI MERAK KOTA CILEGON

Khaeruman^{1*}, Mochamad Fahru Komarudin², Ahmad Mukhlis³, Suflani⁴, Ardi Hidayat⁵,
Raden Irna Afriani⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Bina Bangsa
Email: khaeruman.oce@gmail.com¹

Abstrak

Pengelolaan branding hotel menjadi aspek strategis dalam mencapai kesuksesan suatu perusahaan perhotelan, termasuk Merak Beach Hotel di Kota Cilegon. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat difokuskan pada upaya optimalisasi media sosial sebagai kunci utama dalam meningkatkan keberhasilan pengelolaan branding hotel. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa media dan public relations memiliki hubungan saling ketergantungan, di mana peran public relations sangat penting dalam membangun hubungan dengan media eksternal atau media relations guna menciptakan branding perusahaan yang kuat. Pengelolaan media tidak lagi terbatas pada platform konvensional, melainkan berkembang pada pemanfaatan media modern, terutama media berbasis teknologi internet.

Merak Beach Hotel mengatasi tantangan dalam media relations dengan mengalihkan fokus ke media sosial, terutama Facebook. Meskipun demikian, fungsi media relations diakui sebagai integral dalam strategi branding. Harapannya, manajemen dapat memperluas fungsi media handling tidak hanya pada media internal, tetapi juga eksternal. Peran penting media dan public relations dalam strategi branding terbukti, diharapkan langkah-langkah ini memperbaiki pengelolaan branding dan memperkuat hubungan dengan pihak terkait melalui media sosial dan eksternal.

Kata Kunci : Branding Hotel, Media Sosial, Kunci Kesuksesan

Abstract

Hotel branding management is a strategic aspect in achieving the success of a hotel company, including Merak Beach Hotel in Cilegon City. Community service activities are focused on optimizing social media as the main key in improving the success of hotel branding management. The results of this activity show that media and public relations have an interdependent relationship, where the role of public relations is very important in building relationships with external media or media relations to create strong company branding. Media management is no longer limited to conventional platforms, but develops in the use of modern media, especially media based on internet technology.

Merak Beach Hotel overcomes challenges in media relations by shifting focus to social media, especially Facebook. Nevertheless, the function of media relations is recognized as integral in branding strategies. The hope is that management can expand the function of media handling not only to internal media, but also externally. The important role of media and public relations in branding strategy is evident, it is expected that these steps improve branding management and strengthen relationships with related parties through social and external media.

Keywords: Hotel Branding, Social Media, Key to Success

PENDAHULUAN KEGIATAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, industri perhotelan, termasuk Merak Beach Hotel di Kota Cilegon, menghadapi tantangan untuk terus berinovasi dan memperkuat citra merek atau branding. Pengelolaan branding menjadi aspek strategis dalam menarik perhatian dan mempertahankan kepercayaan pelanggan (Yuari, Khaeruman, Fatari, 2021) . Salah satu elemen penting dalam pengelolaan branding adalah media dan public relations.

Media dan public relations memiliki hubungan simbiosis, di mana keduanya saling membutuhkan. Pembentukan branding perusahaan memerlukan peran public relations dalam membina hubungan yang baik dengan pihak media eksternal, atau yang dikenal sebagai media relations (Ragyl et al., 2022). Dalam konteks ini, pengelolaan media atau media handling menjadi kunci utama untuk menjaga dan meningkatkan citra perusahaan. Terlebih lagi, perkembangan teknologi telah membuka peluang baru dalam bentuk media modern atau media berbasis teknologi internet.

Merak Beach Hotel mengalami kebutuhan yang mendesak dalam kegiatan media relations, yang kemudian diatasi dengan mengalihkan fokus ke media sosial, terutama melalui platform Facebook. Meskipun media sosial menjadi prioritas dalam strategi pengelolaan media, fungsi media relations tetap diakui sebagai bagian integral dari strategi branding. Saat ini, hotel lebih memusatkan pengelolaan media pada kegiatan internal melalui pemanfaatan media sosial Facebook. Namun, untuk menjaga keseimbangan informasi dan mencapai strategi branding yang holistik, diperlukan peningkatan pada fungsi media handling tidak hanya pada media internal, melainkan juga pada media eksternal.

Dalam kerangka inilah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dijalankan, dengan tujuan untuk mengoptimalkan upaya pengelolaan branding hotel Melalui optimalisasi media sosial sebagai kunci kesuksesan. Diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat memberikan panduan dan landasan bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas pengelolaan branding, serta memperkuat hubungan dengan berbagai pihak terkait, baik melalui media sosial maupun media eksternal.



Gambar 1 Tim Pengabdian Masyarakat dalam Pengelolaan Branding Hotel

Merak Beach Hotel di Kota Cilegon menonjol sebagai brand UKM yang unik dengan fondasi kuat yang dibangun di atas kekeluargaan. Berbeda dengan hotel bintang lima pada umumnya yang cenderung mengandalkan sumber daya dari kalangan khusus di bidang perhotelan, Merak Beach Hotel mengusung pendekatan yang lebih personal dengan mengandalkan sumber daya dari keluarga, kerabat, teman-teman terdekat, dan masyarakat sekitar. Kesuksesan hotel ini tidak hanya dilihat dari segi layanan dan fasilitas yang disediakan, tetapi juga dari hubungan yang erat dan kepercayaan yang terjalin di antara komunitas yang terlibat. Dalam hal ini, asas kekeluargaan menjadi landasan utama yang membedakan Merak Beach Hotel. Pekerjaan yang dilakukan di hotel ini tidak sekadar sebagai sebuah

profesi, tetapi lebih sebagai bagian dari ikatan kekeluargaan. Hal ini menciptakan suasana yang hangat dan ramah bagi tamu, seolah-olah mereka sedang menginap di rumah sendiri. Kepercayaan yang ditanamkan dalam aspek kerjasama dengan keluarga, kerabat, dan masyarakat sekitar menjadi nilai tambah yang memperkaya pengalaman menginap di Merak Beach Hotel.

Dengan pendekatan yang berbasis pada asas kekeluargaan, Merak Beach Hotel berhasil menciptakan suasana yang berbeda dan menggambarkan keunikan sebagai sebuah brand UKM. Keberhasilan mereka bukan hanya tercermin dalam kualitas pelayanan, tetapi juga dalam keberlanjutan hubungan positif dengan masyarakat sekitar. Hal ini menegaskan bahwa kekuatan utama Merak Beach Hotel bukan hanya terletak pada kemewahan fisik atau layanan eksklusif, tetapi pada fondasi yang solid dan hubungan yang dibangun melalui kekeluargaan dan kepercayaan.

Merak Beach Hotel telah berusaha maksimal dalam mengimplementasikan berbagai upaya promosi melalui media massa, terutama melalui platform online seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan situs web resmi. Meskipun demikian, tantangan muncul akibat sifat manajemen Merak Beach Hotel yang masih bersifat kekeluargaan. Hal ini menyebabkan proses media handling mengalami hambatan dan kurang mencapai potensi maksimalnya. Pentingnya media massa sebagai alat untuk mempromosikan informasi perusahaan kepada masyarakat luar sangat diakui oleh manajemen Merak Beach Hotel. Meskipun telah menggunakan berbagai platform online, perlu adanya peningkatan dalam mengelola media agar sesuai dengan tuntutan kebutuhan dan perkembangan industri. Kesadaran akan keterkaitan erat antara media dan public relations menjadi kunci dalam memahami pentingnya hubungan ini. Dalam hal ini, media relations menjadi elemen krusial dalam upaya menciptakan branding perusahaan. Public relations harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan publik, baik itu internal maupun eksternal, untuk menciptakan citra positif di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi media handling yang lebih terstruktur dan terukur, serta pelibatan yang lebih efektif dengan media massa. Dengan demikian, informasi perusahaan dapat disampaikan secara optimal dan menciptakan dampak yang positif dalam membentuk citra Merak Beach Hotel di mata masyarakat.

Media relations menjadi suatu kebutuhan krusial bagi Merak Beach Hotel dalam rangka menjalin kerjasama dan membangun hubungan yang positif dengan media massa. Menurut Hidayat (2014), media relations berperan sebagai ikatan antara perusahaan dengan pihak eksternal media. Hal ini sejalan dengan pandangan Iriantara (2005) yang menyatakan bahwa media relations merupakan bagian dari PR eksternal yang bertujuan membina dan mengembangkan hubungan yang baik dengan media massa sebagai saluran komunikasi antara organisasi dan publiknya, dengan tujuan mencapai tujuan organisasi secara efektif. Kegiatan strategi branding merupakan kegiatan strategi brand (strategi merek). Kegiatan pengelolaan dan manajemen brand kini menjadi isu penting untuk dibahas terkait strategi perusahaan dalam menjaga kesetiaan konsumennya (Sugiarto, 2019).

Hildayanti, et.al., (2017) menyoroti bahwa strategi merek tidak lagi hanya sebatas identitas visual, melainkan juga mencakup nilai-nilai, citra, dan pengalaman yang diberikan kepada konsumen.

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pengelolaan merek yang efektif dapat menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Oleh karena itu, strategi branding bukan hanya sekadar alat pemasaran, tetapi juga merupakan landasan yang mendukung diferensiasi dan daya saing perusahaan di pasar.

Meskipun upaya media relations masih perlu ditingkatkan, pada kesempatan tertentu di awal tahun 2020, Merak Beach Hotel berhasil menjalin kerjasama dengan salah satu stasiun televisi swasta. Dalam kerjasama tersebut, hotel menjadi lokasi shooting tanpa dikenakan biaya, bahkan Merak Beach Hotel turut serta dalam menyambut para kru televisi sebagai bagian dari strategi media relations. Tindakan ini membawa manfaat tidak hanya bagi stasiun televisi tetapi juga secara tidak langsung menjadi upaya promosi bagi hotel. Keberhasilan ini menunjukkan potensi besar yang dapat dihasilkan melalui kerjasama yang baik dengan media massa.

Meskipun demikian, perlu diakui bahwa upaya media relations belum mencapai puncaknya, dan terdapat ruang untuk perbaikan lebih lanjut. Dengan pemahaman bahwa media relations merupakan elemen penting dalam menciptakan branding perusahaan, Merak Beach Hotel diharapkan dapat terus mengembangkan strategi yang lebih efektif dan terarah. Dengan demikian, hotel dapat memanfaatkan media relations sebagai sarana untuk memperkuat citra positifnya, meningkatkan eksposur di media massa, dan secara keseluruhan mendukung kesuksesan strategi branding yang telah diterapkan.

Perjalanan manajemen Merak Beach Hotel diakui belum sepenuhnya maksimal dalam memanfaatkan peran public relations, terutama dalam konteks media handling. Faktor utama yang diakui menjadi penyebabnya adalah pengelolaan hotel yang masih bersifat keluarga dengan sumber daya yang terbatas. Dalam realitasnya, keterbatasan sumber daya menjadi kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi media handling yang efektif. Media Handling merupakan bagian integral dari keterampilan Public Relations (*PR Skills*) yang bertujuan untuk menangani dan mengatasi interaksi dengan media. Hal ini sejalan dengan konsep Media Relations (hubungan media/pers), di mana keterampilan media handling menjadi kunci dalam menjaga hubungan yang positif dengan media massa. Dalam konteks ini, keterampilan yang dibutuhkan meliputi kemampuan berbicara (*speaking skills*) dan menulis (*writing skills*), serta pemahaman mendalam terhadap dunia media dan kewartawanan (jurnalistik).

Dalam menghadapi tantangan ini, Merak Beach Hotel diharapkan dapat mengidentifikasi peluang dan mengembangkan sumber daya yang ada dengan lebih efisien. Diperlukan peningkatan keterampilan karyawan terkait media handling, sehingga mereka dapat lebih efektif berkomunikasi dengan media dan mengoptimalkan paparan positif hotel di berbagai platform. Meskipun dalam kondisi sumber daya terbatas, pengelolaan media handling yang terarah dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membangun citra positif Merak Beach Hotel di mata publik. Dengan peningkatan keterampilan dan strategi yang tepat, diharapkan hotel dapat melangkah lebih jauh menuju pemanfaatan optimal peran public relations dan media handling dalam mengembangkan branding dan keberhasilan bisnisnya.

Fungsi utama seorang praktisi Public Relations (PR) adalah menyampaikan informasi terkait kebijakan, rencana program, dan aktivitas organisasi yang memiliki dampak pada kepentingan umum. Dalam upaya mencapai audiens yang luas dan tersebar di berbagai tempat, kerjasama dengan media massa menjadi suatu kebutuhan utama (Hidayat, & Anisti, 2015). Media massa yang proaktif cenderung mendatangi praktisi PR sebagai narasumber, karena mereka dianggap sebagai perwakilan yang mewakili suatu organisasi. Namun, dalam hal Merak Beach Hotel, terdapat keterbatasan dalam mengelola media, yang mendasari dilakukannya kerjasama pengabdian masyarakat (abdimas) dengan tim dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa. Kerjasama ini dilakukan dengan harapan dapat membantu manajemen Merak Beach Hotel memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dalam melaksanakan media handling. Pelatihan yang fokus pada pemanfaatan media relations menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kerjasama yang positif antara pihak hotel dengan media massa, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Dalam kerangka kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim abdimas memilih tema “*Upaya Pengelolaan Branding Hotel Melalui Optimalisasi Media Sosial Sebagai Kunci Kesuksesan Di Merak Beach Hotel Kota Cilegon.*” Tema ini menjadi pusat perhatian untuk memberikan panduan dan wawasan mengenai pengelolaan branding hotel, khususnya melalui optimalisasi media sosial. Dengan demikian, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan manfaat signifikan bagi Merak Beach Hotel dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola media serta memperkuat branding mereka, menciptakan dampak positif di kalangan masyarakat dan media massa.

METODE PELAKSANAAN

Pada tanggal 26 November 2023, kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil dilaksanakan di Merak Beach Hotel, Kota Cilegon, Banten, yang terletak di Jalan Raya Pelabuhan Merak No. 65, Mekarsari, Kota Cilegon, Banten 42438. Pemilihan Merak Beach Hotel sebagai lokasi kegiatan dipertimbangkan dengan cermat karena merupakan hotel yang terletak di area pantai dengan status akses publik yang sangat strategis. Hotel ini menjadi pusat kegiatan pengabdian karena menyediakan berbagai fasilitas wisata, seperti pantai, hotel, resort, dan beach club, menjadikannya destinasi populer bagi masyarakat lokal maupun wisatawan. Oleh karena itu, upaya pengelolaan branding hotel melalui optimalisasi media sosial sebagai kunci kesuksesan di Merak Beach Hotel Kota Cilegon dianggap sangat penting untuk memaksimalkan potensi dan daya tarik hotel ini.



Gambar 2 Diskusi dalam kegiatan Pengelolaan Branding Hotel pada Media Sosial

Pendekatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada upaya pengelolaan branding hotel melalui optimalisasi media sosial sebagai kunci kesuksesan di merak beach hotel kota cilegon. Langkah-langkahnya didasarkan pada pemahaman bahwa media dan public relations memiliki keterkaitan erat, dan pengelolaan media memiliki peran kunci dalam menciptakan dan memperkuat branding suatu perusahaan, khususnya di sektor perhotelan.

1. Analisis Kondisi Awal:

- Identifikasi kebutuhan dan tantangan dalam pengelolaan branding di Merak Beach Hotel, khususnya terkait dengan media dan public relations.
- Tinjauan terhadap strategi pengelolaan media yang sudah diterapkan oleh hotel.

2. Perencanaan Kegiatan:

- Merancang rencana kegiatan yang melibatkan optimalisasi media sosial sebagai fokus utama.
- Menyusun strategi pengembangan fungsi media handling, termasuk integrasi media sosial dan media eksternal.

3. Pelaksanaan Pelatihan:

- Menyelenggarakan sesi pelatihan internal untuk staf hotel terkait pengelolaan media, dengan penekanan pada penggunaan media sosial, seperti Facebook.
- Mengundang ahli media dan public relations untuk memberikan wawasan dan pengetahuan kepada tim hotel.

4. Implementasi Perubahan:

- Memulai optimalisasi media sosial, khususnya di platform Facebook, sebagai bagian dari strategi pengelolaan branding.
- Menerapkan fungsi media handling yang lebih luas, tidak hanya terfokus pada media internal, melainkan juga memperluas kerjasama dengan media eksternal.

5. Monitoring dan Evaluasi:

- Melakukan pemantauan terhadap efektivitas perubahan yang diimplementasikan.
- Mengumpulkan umpan balik dari karyawan, tamu, dan pihak media terkait.

Hasil kegiatan pengabdian ini diharapkan mencakup peningkatan kemampuan staf hotel dalam mengelola media, khususnya media sosial, serta perubahan positif dalam hubungan dengan media massa. Dengan memperkuat fungsi media relations dan media handling, diharapkan branding Merak Beach Hotel dapat semakin ditingkatkan, menciptakan dampak positif dalam industri perhotelan dan memberikan kontribusi positif terhadap citra hotel di mata masyarakat.



Gambar 3 Kunjungan dan Observasi Tim Pengabdian ke Hotel Merak Beach Hotel, Kota Cilegon

PEMBAHASAN PELAKSANAAN PENGABDIAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada upaya pengelolaan branding hotel melalui optimalisasi media sosial di Merak Beach Hotel, Kota Cilegon, menunjukkan progres yang signifikan dalam menghadapi tantangan dan kebutuhan dalam bidang media dan public relations.

1. Kesadaran akan Pentingnya Media dan Public Relations

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Merak Beach Hotel Kota Cilegon, hasil yang diperoleh mencerminkan pemahaman yang mendalam akan keterkaitan erat antara media dan public relations. Kesadaran ini menjadi poin penting karena kedua elemen tersebut dianggap sebagai unsur yang saling membutuhkan untuk mencapai tujuan branding dan citra perusahaan. Ditekankan bahwa peran public relations memiliki peran strategis dalam membangun dan merawat hubungan yang positif dengan media eksternal, yang dikenal sebagai media relations. Dengan membangun kerjasama yang baik dengan media massa, Merak Beach Hotel dapat memperoleh paparan yang lebih positif dan mendukung upaya pengelolaan branding mereka.

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan dengan media massa bukan hanya tugas teknis, tetapi melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan dinamika media. Penekanan pada peran public relations sebagai perantara antara perusahaan dan media eksternal menciptakan jembatan komunikasi yang kuat, memungkinkan hotel efektif dalam menyampaikan informasi, mengelola isu-isu, dan membangun citra positif. Fokus pada media relations juga mencerminkan pengakuan Merak Beach Hotel terhadap peran media massa sebagai alat kuat untuk membentuk persepsi masyarakat. Melalui optimalisasi peran public relations, hotel dapat maksimal menggunakan potensi media eksternal, terutama melalui media sosial, sebagai kunci kesuksesan dalam era digital ini.

2. Pengelolaan Media yang Terintegrasi

Merak Beach Hotel di Kota Cilegon memperlihatkan ketanggapan yang aktif terhadap kekurangan dalam kegiatan media relations dengan mengambil langkah strategis, yakni mengalihkan fokus pada media sosial, terutama melalui platform Facebook. Langkah ini mencerminkan pemahaman yang mendalam akan dinamika media saat ini, di mana keberadaan media sosial telah menjadi salah satu aspek utama dalam berinteraksi dengan masyarakat. Hotel tidak hanya terpaku pada pengelolaan media konvensional, melainkan juga memanfaatkan media modern dan berbasis teknologi internet sebagai sarana untuk menciptakan dan memperkuat citra perusahaan.

Merak Beach Hotel mengambil inisiatif proaktif dengan mengoptimalkan media sosial, terutama Facebook, sebagai fokus utama dalam strategi branding, menunjukkan adaptasi terhadap tren komunikasi digital. Pemilihan media sosial sebagai fokus utama mencerminkan keinginan hotel untuk lebih terlibat langsung dengan target audiens, memanfaatkan popularitas dan aksesibilitas platform tersebut. Dengan memperluas cakupan melalui media modern, hotel menciptakan interaksi yang dinamis dan real-time dengan tamu potensial dan eksisting. Pengelolaan media tidak hanya terbatas pada konvensional, melainkan juga mencakup media modern dan internet, menunjukkan komitmen Merak Beach Hotel untuk berinovasi dalam memanfaatkan teknologi, meningkatkan eksposur, dan daya tarik hotel. Pendekatan ini mencerminkan respons cerdas terhadap perubahan perilaku konsumen yang beralih ke platform digital. Dengan demikian, pengelolaan media yang terdiversifikasi diharapkan memberikan dampak positif dalam mengelola branding dan memperkuat posisi Merak Beach Hotel di industri perhotelan lokal.

3. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Utama

Merak Beach Hotel di Kota Cilegon memilih untuk memprioritaskan media sosial, khususnya Facebook, sebagai elemen utama dalam strategi pengelolaan branding mereka. Keputusan ini mencerminkan ketajaman pengamatan hotel terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Dalam era di mana aksesibilitas online menjadi semakin penting, langkah ini sejalan dengan tren global di mana masyarakat semakin beralih ke platform online sebagai sumber utama informasi dan interaksi sosial.

Pilihan Facebook sebagai platform utama menunjukkan kecermatan Merak Beach Hotel dalam memahami preferensi masyarakat dan memanfaatkan popularitas media sosial. Fokus pada Facebook memungkinkan hotel untuk efektif berkomunikasi dua arah, meningkatkan keterlibatan tamu dalam pengalaman perhotelan. Strategi ini tidak hanya respons terhadap pergeseran tren, tetapi juga langkah proaktif dalam membangun hubungan erat dengan audiens target. Inisiatif tersebut mencerminkan semangat inovatif hotel dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan eksposur dan keterlibatan merek. Dengan pengembangan kehadiran online, Merak Beach Hotel

berpotensi mencapai audiens lebih luas, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan memperkuat daya saing di industri perhotelan lokal dan nasional.

4. Upaya Mencapai Keseimbangan Informasi

Meskipun Merak Beach Hotel di Kota Cilegon fokus pada pengelolaan media sosial, terutama melalui platform Facebook, hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat mencerminkan kesadaran hotel akan pentingnya menjaga keseimbangan informasi. Keberhasilan strategi media sosial tidak hanya dilihat sebagai pengganti media konvensional, tetapi juga sebagai langkah yang seharusnya tetap mempertimbangkan keberlanjutan fungsi media relations. Hotel ini dengan bijak mengakui bahwa untuk memastikan informasi yang disampaikan tetap seimbang dan akurat, fungsi media relations sebagai perantara antara hotel dan media eksternal tetap diperlukan.

Kesadaran akan peran krusial media relations dalam membentuk citra positif menunjukkan pendekatan holistik Merak Beach Hotel terhadap pengelolaan branding. Fungsi media relations menjadi kunci dalam membangun hubungan positif dengan media eksternal, sebagai jembatan vital dalam menyampaikan informasi efektif ke publik. Kesadaran ini menciptakan fondasi kuat, memastikan kehadiran online hotel tidak hanya melalui media sosial tetapi juga menjaga integritas informasi. Merak Beach Hotel tidak hanya mengikuti tren, melainkan membangun fondasi berkelanjutan dalam strategi komunikasi dengan menjaga keseimbangan informasi antara media sosial dan media relations. Integrasi bijak kedua aspek ini memungkinkan hotel memaksimalkan potensi pengelolaan branding, membangun kepercayaan publik, dan menjalin hubungan berkelanjutan dengan media massa dan masyarakat.

5. Tantangan dan Rencana Masa Depan

Meskipun Merak Beach Hotel di Kota Cilegon telah mengambil langkah-langkah positif dalam pengelolaan media, evaluasi hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan fungsi media handling, terutama terkait dengan media eksternal. Temuan ini memberikan pemahaman bahwa meskipun fokus pada media sosial dan internal telah dilakukan, manajemen hotel tetap memperhatikan pentingnya memperluas peran media handling untuk melibatkan pihak media eksternal. Keberhasilan strategi komunikasi di masa depan diharapkan dapat dioptimalkan melalui peningkatan kemampuan dalam mengatasi isu-isu yang muncul di dunia media eksternal.

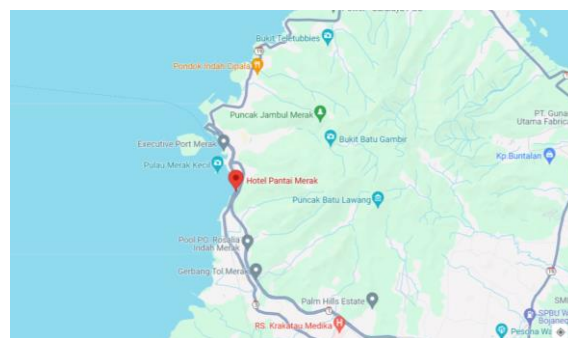
Evaluasi hasil kegiatan menjadi dasar rencana masa depan manajemen Merak Beach Hotel, termasuk peningkatan fungsi media handling tidak hanya pada media internal seperti media sosial, tetapi juga pada media eksternal. Harapannya, langkah ini akan menciptakan keseimbangan informasi yang lebih baik, memperluas cakupan liputan media, dan memperkuat hubungan dengan pihak media massa. Respons proaktif manajemen menunjukkan keterbukaan terhadap perubahan, dengan komitmen untuk terus mengembangkan strategi komunikasi. Langkah-langkah jangka panjang mencerminkan visi berkelanjutan, dan peningkatan fungsi media handling, terutama dalam

menghadapi media eksternal, dianggap sebagai investasi strategis untuk memperkuat posisi hotel dalam industri perhotelan. Temuan ini bukan hanya evaluasi, melainkan pendorong untuk terus meningkatkan kemampuan komunikasi agar tetap relevan dan bersaing di pasar yang dinamis.



Gambar 3. Pengunjung Pantai Merak Beach Hotel, Kota Cilegon

Hasil kegiatan mencerminkan respons adaptif Merak Beach Hotel terhadap dinamika media yang terus berkembang. Fokus pada optimalisasi media sosial sebagai bagian integral dari strategi pengelolaan branding menunjukkan kesiapan hotel untuk beradaptasi dengan perubahan tren komunikasi. Tantangan dan rencana masa depan yang diungkapkan menegaskan komitmen kuat hotel untuk berinovasi, menyadari peran strategis media dan public relations dalam membentuk persepsi masyarakat. Komitmen ini menciptakan fondasi solid untuk Merak Beach Hotel, yang berambisi meningkatkan citra positif, menciptakan daya tarik berkelanjutan, dan memperkuat hubungan positif dengan media. Dengan memprioritaskan inovasi dan peran strategis media, hotel menunjukkan keinginan untuk tetap relevan, bersaing di pasar yang kompetitif, dan memberikan pengalaman positif kepada tamu mereka, dengan harapan menjadi pelaku utama dalam industri perhotelan yang dinamis.



Gambar 4. Peta Lokasi dan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Merak Beach Hotel, Kota Cilegon, yang bertujuan meningkatkan pengelolaan branding melalui optimalisasi media sosial, menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam mengatasi tantangan di bidang media dan public relations.

1. Kesadaran akan Pentingnya Hubungan Media dan Public Relations

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Merak Beach Hotel menyoroti pemahaman mendalam akan hubungan erat antara media dan public relations. Fokus utama adalah pada peran strategis public relations dalam membangun hubungan positif dengan media eksternal atau media relations. Kesadaran ini menjadi landasan penting dalam mencapai tujuan branding dan membangun citra perusahaan.

2. Pemilihan Lokasi Strategis dan Responsif terhadap Kekurangan Media Relations

Keputusan untuk memilih Merak Beach Hotel sebagai lokasi kegiatan didasarkan pada pertimbangan cermat, memperhitungkan status akses publik yang strategis dan fasilitas wisata yang beragam di wilayah tersebut. Hotel merespons kekurangan dalam kegiatan media relations dengan mengalihkan fokus pada media sosial, terutama Facebook. Langkah ini mencerminkan adaptasi cerdas terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin digital.

3. Pengelolaan Media yang Terdiversifikasi

Meskipun media sosial, terutama Facebook, menjadi strategi utama, hotel menyadari pentingnya menjaga keseimbangan informasi. Fungsi media relations tetap diakui sebagai integral untuk menciptakan citra positif di masyarakat. Pengelolaan media tidak hanya terbatas pada konvensional, melibatkan juga media modern dan berbasis teknologi internet. Ini mencerminkan strategi yang cerdas dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

4. Evaluasi dan Peningkatan Fungsi Media Handling

Evaluasi kegiatan mengungkapkan perlunya peningkatan fungsi media handling, terutama terkait dengan media eksternal. Temuan ini menjadi dasar untuk merumuskan rencana masa depan. Manajemen hotel menunjukkan komitmen proaktif dengan merancang langkah-langkah perbaikan, menandakan keinginan untuk terus berinovasi dan meningkatkan strategi komunikasi mereka.

5. Tantangan, Rencana Masa Depan, dan Komitmen Terhadap Inovasi

Tantangan dan rencana masa depan menyoroti kesadaran akan peran strategis media dan public relations dalam membentuk persepsi masyarakat dan media massa. Hotel berkomitmen untuk terus berinovasi, meningkatkan peran media, dan menciptakan daya tarik berkelanjutan. Temuan ini bukan hanya sebagai evaluasi, tetapi juga sebagai pendorong untuk terus meningkatkan kemampuan komunikasi, menjadikan Merak Beach Hotel sebagai pelaku utama dalam industri perhotelan yang dinamis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada semua yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Upaya Pengelolaan Branding Hotel Melalui Optimalisasi Media Sosial di Merak Beach Hotel Kota Cilegon.” Terima kasih kepada tim dosen dan mahasiswa, pihak Merak Beach Hotel, serta seluruh stakeholder yang berkontribusi dalam meningkatkan strategi pengelolaan branding melalui media sosial. Kontribusi dan partisipasi Anda sangat berarti, diharapkan memberikan manfaat jangka panjang

bagi Merak Beach Hotel, masyarakat, dan pihak terkait. Ucapan terima kasih ini disampaikan dengan rasa hormat dan apresiasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Dasrun. (2014). *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayat, D., Kuswarno, E., Zubair, F., et al., (2017), Negosiasi Citra Budaya Masyarakat Multikultural. *ASPIKOM*, 3(2), pp.157–172.
- Hidayat, D. & Anisti, A., (2015), Wartawan Media Now dalam Mengemas Berita: Perspektif Situational Theory. *Jurnal ASPIKOM*, 2(5), p.295. Available at: <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/81>.
- Hildayanti, Siti Komariah. & Alie, Juhaini. (2017). Strategi Branding Usaha Kecil Industri Pempek Kelurahan 2 Ulu dan 26 Ilir Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri* Vol.1 No.1 November 2017
- Iriantara, Yosol. (2008). *Media Relations, Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiarto, Catur. (2019). Pelatihan Branding Sebagai upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang. *Jurnal SEMAR*. Vol.8 No.2, 2019
- Ragyl, M. F. A., Khaeruman, Fauza, R., Puspita, D., Permana, D. W., Noviani, F. C., Nurhadiati, I., Sopiya, S., Ilhamullah, M., & Oktadila, R. P. (2022). Efforts To Resilience The Family's Economy During The Pandemic And Post-Covid-19 In Sukatani Village, Wanasalam District, Lebak Regency. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 2(2). <https://doi.org/10.53067/ijecsed.v2i2.68>
- Yuari, Khaeruman, Fatari, I. (2021). The Business To Business Marketing Strategies For The Package Delivery Service Companies To Increase The Volume Of Delivery. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5). <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.304>