

ABSTRAK

Dalam industri perhotelan yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi, peran *Public Relations* (PR) menjadi krusial dalam membentuk, mempertahankan, dan memulihkan citra merek sebuah hotel agar tetap relevan di tengah dinamika opini publik. Penelitian ini mengeksplorasi peran dan strategi PR yang diterapkan Lorin Solo Hotel dalam memperkuat *brand image* sekaligus menghadapi tantangan reputasi melalui pendekatan kualitatif, dengan wawancara bersama *Senior PR Manager* dan analisis data strategi yang dijalankan. Hasilnya menunjukkan bahwa Lorin Solo Hotel menerapkan empat pilar utama dalam strategi PR-nya, yaitu membangun reputasi digital, mengunggah *press release* secara konsisten, berpartisipasi dalam kegiatan sosial atau kolaborasi event, serta menjaga relasi dengan media, mitra, dan *stakeholder*. Kesimpulannya, PR di Lorin Solo Hotel berperan sebagai garda terdepan dalam meningkatkan eksistensi dan daya saing hotel di tengah kompetitor. Untuk itu, penting bagi hotel untuk terus mengembangkan pendekatan komunikasi yang relevan dengan perkembangan zaman, tanpa mengabaikan kekuatan identitas merek sebagai pembeda utama dari kompetitor.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat, Citra Merek, Lorin Solo Hotel