



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

DINDA AYU PRATIWI. Peran *Marketing Communication* dalam *Branding Hilton Bali Resort. The Role of Marketing Communication in Branding Hilton Bali Resort.* Dibimbing oleh CHAIRANI PUTRI PRATIWI

Hilton Bali Resort adalah hotel berbintang 5 yang mewah lokasi berada pada batu cadas berketinggian 40 meter dari tepi pantai Samudera Hindia. Hilton Bali Resort merupakan sebuah hotel yang berdiri di daerah yang pariwisatanya sangat terkenal dan sangat banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yaitu di Nusa Dua. Nusa Dua merupakan salah satu kawasan Pariwisata yang berada di Kabupaten Badung.

Laporan akhir ini menjelaskan mengenai peran *Marketing Communication* dalam *branding* Hilton Bali Resort dan menjelaskan hambatan serta solusi yang dihadapi oleh *Marketing Communication* dalam melakukan *branding* di Hilton Bali Resort. Pengumpulan data untuk laporan tugas akhir ini dilaksanakan di Hilton Bali Resort yang beralamat di Jalan Raya Nusa Dua Selatan, Bali, Indonesia. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama dua bulan pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL), terhitung sejak tanggal 1 Maret 2021 sampai dengan 3 Mei 2021. Metode yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan cara observasi, partisipasi aktif, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Peran *Marketing Communication* dalam *branding* Hilton Bali Resort yaitu melakukan promosi melalui media sosial, menjalin hubungan baik dengan masyarakat, menjalin hubungan baik dengan media pers, membuat *press release* secara rutin dan melakukan kolaborasi bersama dengan artis dan *influencer* yang akan datang ke Hilton Bali Resort. Divisi *Marketing Communication* harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan pihak eksternal, karena sudah menjadi tugas dari divisi ini untuk menjembatani hubungan antara pihak internal yaitu perusahaan dan pihak eksternal seperti masyarakat, pemerintah dan *influencer*. Bagaimana menarik konsumen atau khalayak menjadi sadar, kenal dan mau membeli suatu produk atau jasa melalui saluran komunikasi. Bagaimana memasarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan agar diterima oleh masyarakat luas, adalah tugas dari seorang *Marketing Communication*.

Marketing Communication Hilton Bali Resort dalam melakukan *branding* mengalami beberapa hambatan yang dapat mengganggu pekerjaannya. Hambatan ini dapat mengganggu proses penyebaran informasi seperti belum maksimalnya fasilitas sarana dan prasarana yang menunjang untuk pembuatan konten, kurangnya sumber daya manusia dalam menyelesaikan tugas dan koneksi internet yang kadang bermasalah, sehingga membuat pekerjaan tertunda untuk selesai. Saran pun diberikan kepada *Marketing Communication* Hilton Bali Resort agar lebih memudahkan dan memperlancar alur pekerjaan yang telah ada.

Kata kunci: *branding*, *marketing communication*, hilton bali resort.