

**MANAJEMEN EVENT MALAM TAHUN BARU 2024 SEBAGAI STRATEGI
MARKETING PUBLIC RELATIONS PADA JAVA HERITAGE HOTEL PURWOKERTO**

ABSTRAK

Persaingan dalam industri *Hospitality* khususnya perhotelan semakin meningkat sehingga perusahaan harus memiliki strategi agar tetap unggul dan berdaya saing. Java Heritage Hotel Purwokerto merupakan hotel yang menerapkan strategi *Marketing Public Relations* melalui penyelenggaraan *event* malam tahun baru 2024 sebagai upaya untuk penguatan *branding* perusahaan agar tetap menjadi pilihan utama masyarakat ketika membutuhkan keperluan *hospitality*. Manajemen *event* yang diselenggarakan perlu dilakukan agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manajemen *event* malam tahun baru 2024 sebagai strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Java Heritage Hotel dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi dengan dianalisis menggunakan Teori Manajemen *Public Relations* oleh Scott M. Cutlip & Allen H. Centre (1982). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Event Malam Tahun Baru 2024* bertajuk "*Java Heritage The Greatest Show*" melibatkan strategi *marketing public relations* melalui manajemen *event* yang berjalan dengan baik yang terdiri dari empat tahap, yaitu riset, perencanaan & pemrograman, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

Kata Kunci: Manajemen *Event*, *Marketing Public Relations*, Penguatan *Branding*

**MANAJEMEN EVENT MALAM TAHUN BARU 2024 SEBAGAI STRATEGI
MARKETING PUBLIC RELATIONS PADA JAVA HERITAGE HOTEL PURWOKERTO**

ABSTRACT

Competition in the hospitality industry is increasing so that companies must have a strategy to remain superior and competitive. Java Heritage Hotel Purwokerto is a hotel that implements a Marketing Public Relations strategy through organizing the 2024 New Year's Eve event as an effort to strengthen the company's branding so that it remains the first choice of the public when it needs hospitality. Event management that is organized needs to be done so that the company's goals can be achieved. This study aims to describe the management of the 2024 New Year's Eve event as a marketing public relations strategy carried out by Java Heritage Hotel using a qualitative descriptive method. Research data were collected through participatory observation, in-depth interviews and documentation by analyzing using the Public Relations Management Theory by Scott M. Cutlip & Allen H. Centre (1982). The results of this study indicate that the 2024 New Year's Eve Event entitled "Java Heritage The Greatest Show" involves a marketing public relations strategy through a well-run event management consisting of four stages, namely research, planning & programming, action and communication and evaluation.

Keywords: *Event Management, Marketing Public Relations, Branding Strengthening*