

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah pemasaran kemasyarakatan (*social concept*). Perkembangannya dalam rangka memelihara eksistensi keberadaan suatu perusahaan. Diimplementasikan melalui CSR sehingga mengkehendaki tekanan kesejahteraan masyarakat perlunya jangka panjang. Karena dapat mengubah sudut pandang kastamer, semata-mata perusahaan tidak hanya mencari *profit*. Tetapi juga melihat lingkungan terdekatnya terkena imbas dari kegiatan industrialisasi perusahaan tersebut. CSR juga menjadi jalan untuk membina hubungan baik antara pihak internal dengan pihak masyarakat sekitarnya. Berdampak positif untuk mengupayakan terhadap identitas perusahaan. Maka Tugas Akhir ini saya mengambil judul “Program *Corporate Social Responsibility* Sebagai *Branding* Best Western Papilio Hotel Surabaya”. Topik permasalahan penelitian yang saya ambil terkait bentuk implementasi CSR yang dilakukan. Mengenai peran *Public Relation* dalam membentuk *branding* Best western Papilio Hotel melalui pelaksanaan CSR. Dan *feedback* apa yang diterima oleh hotel setelah melaksanakan CSR. Untuk tujuan penelitian untuk mengupas tuntas tiga permasalahan tersebut.

Metode penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dilakukan dengan pengamatan, wawancara dengan mengajukan pedoman wawancara, dan menggunakan bahan dokumen tertulis maupun bentuk foto. Menganalisis data dari hasil rekaman wawancara dengan informan untuk membuat alur cerita. Menyusun data sesuai tipe-tipe untuk diklasifikasikan dan membaca kepustakaan yang relevan. Didasari tinjauan pustaka yang dibutuhkan terkait dengan CSR, *Public Relation* dan *Hotels Marketing*.

CSR di Best Western Papilio Hotel Surabaya dibawah naungan HRD. Tetapi dalam kegiatan pelaksanaanya HRD dibantu oleh *Marcomm*. Fungsi seorang *Marcomm* sama halnya dengan *Public Relation*. CSR sebagai strategi implemmentasi untuk menunjukkan sisi sosial hotel dan tanggung jawab atas segala dampak operasionalisasi hotel. Untuk pelaksanaan CSR terprogram, Karena agar tercapainya tujuan dan sasaran pelaksanaan CSR tersebut. Untuk bentuk pelaksanaan CSR, Best Western Papilio Hotel menjalankan komitmen berkelanjutan (*sustainability*). Dapat memberikan perubahan pada kesejahteraan masyarakat daripada semata-mata karitatif. *Marcomm* menjembatani dengan stakeholder serta menjalankan CSR sebagai strategi branding Best Western Papilio Hotel. Dengan mengkonsepkan ide CSR memuat *news value*, Sehingga dapat diliput oleh media. Keuntungannya membuat citra hotel semakin baik dan dikenal oleh masyarakat. Menjadikan keberadaan Best Western Papilio Hotel Surabaya diketahui masyarakat luas. Menjadi rekomendasi akomodasi di Surabaya berada di lokasi strategis.

Kata kunci : CSR, Strategi, *Stakeholder*, *Public Relation*, *Branding*