

ABSTRAK

Strategi *public relations* ditemukan karena kebutuhan untuk mencapai visi dan misi dari sebuah perusahaan karena berhubungan dengan perencanaan jangka panjang yang dapat menentukan perkembangan perusahaan itu sendiri. Beberapa program yang dilakukan oleh *public relations* umumnya melibatkan media sosial untuk menjadi satu alat utama untuk melakukan kegiatan promosi salah satunya Instagram. Hotel memilih menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk mereka karena alasan kemudahan dalam menawarkan produk sehingga hal itu dapat meningkatkan jumlah pengunjung dari hotel tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *public relations* Grand Asrilia Hotel Bandung dalam meningkatkan kunjungan melalui media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif, penelitian ini memperoleh hasil temuan yang nyata dan alamiah sesuai dengan fakta kejadian sesungguhnya. Penelitian ini dilakukan di Grand Asrilia Hotel Bandung, Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada Grand Asrilia Hotel dan para informan. Strategi *public relations* yang telah ditetapkan oleh Grand Asrilia Hotel melalui media sosial Instagram sudah berjalan dengan baik, namun masih terdapat kendala yang harus dihadapi oleh pihak Grand Asrilia Hotel yaitu tidak adanya divisi khusus terkait *public relations*.

Kata Kunci : Grand Asrilia Hotel, Instagram, Media sosial, Public relations, Strategi public relations.