

Abstrak

Penelitian ini memaparkan mengenai *strategy marketing public relation* dalam meningkatkan jumlah *customer* pada *era new normal*, dikarenakan pada masa *pandemic* banyak sekali hotel-hotel yang mengalami penurunan jumlah *customer*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi marketing public relations hotel balcony dalam meningkatkan jumlah customer di masa new normal dengan menggunakan strategy pull, push pass. Penelitian ini menggunakan teori strategy marketing public relations yaitu *tree ways Strategy pull strategy, push strategy, dan pass strategy*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan jumlah *customer* pada *era new normal* yaitu pertama menggunakan *pull strategy* untuk menarik perhatian *customer* dengan promosi di media massa seperti radio, iklan dan memasang spanduk. Kedua menggunakan *push strategy* dengan cara mendorong *customer* Hotel Balcony melalui potongan harga. Ketiga *strategy pass* yaitu menggiring opini public dengan cara melakukan kegiatan sosial kepada masyarakat sekitar yang membutuhkan untuk menggiring opini public lebih *positive* terhadap Hotel Balcony.

Kata kunci: *hotel balcony, marketing public relations, strategy marketing public relations*