

## INTISARI

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta melakukan media *visit* sebagai salah satu cara untuk melakukan aktifitas media relasi. Di dalam penulisan laporan akhir ini juga bertujuan memberikan contoh kegiatan yang dilakukan oleh humas dari The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta dalam melakukan media *visit*. Contoh kegiatan yang dipaparkan juga disajikan foto sebagai bukti dan contoh tentang media *visit* yang telah dilakukan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian performatif menggunakan studi pengamatan melalui pengalaman dan studi pustaka. Studi pengamatan dilakukan dengan melaksanakan langsung kegiatan media *visit* ke berbagai media yang ada di Yogyakarta. Wawancara juga dilakukan dengan manajer marketing komunisasi sebagai narasumber selaku humas dan marketing berpengalaman yang dapat memberikan informasi secara akurat dan bermanfaat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta telah melakukan media *visit* sebagai salah satu bentuk dari media relasi dengan baik dan dapat memanfaatkan hubungan yang terjalin dengan baik. Hubungan yang terjalin karena relasi yang baik dapat memudahkan kinerja marketing dalam memasarkan produk dan layanan yang dimiliki oleh The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta.

**Kata Kunci:** The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta, Media *Visit*, Media Relasi.

## ABSTRACT

The graduating paper aims to find out how The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta conducted media visits as a way to handle media relations activities. This graduating paper also aims to provide examples of activities carried out by the public relations of The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta in doing media visits.

The research method used is a performative research method using observational studies through experience and interview. The observational study was carried out by experiencing direct media visit activities to various media in Yogyakarta. Interviews were also conducted with marketing communication managers of The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta to gather info on media relations and media visit.

The results showed that The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta used a media visit as a form of media relations to maintain the relations that have been conducted. Relations that are established due to good relations can facilitate marketing performance in marketing the products and services of The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta.

**Keywords: The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta, Media Visit, Media Relations.**