

INTISARI

Public Relations merupakan bagian penting di hotel dalam rangka membangun komunikasi pada konsumen. *Public Relations* Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta berada di bawah departemen *Sales Marketing*, dikepalai oleh *Marketing Communication Manager*. Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta memiliki satu staf yang membantu dalam menjalankan tugas *sebagai Public Relations*. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi *Public Relations* Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta dalam mengelola Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *public relations* Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta dalam mengelola Instagram. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi berupa foto, teknik observasi, dan teknik wawancara tidak terstruktur. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh melalui hasil observasi partisipatif dan wawancara tidak terstruktur, serta data sekunder yang diperoleh dari hasil foto saat peneliti melakukan praktek kerja lapangan, jurnal, buku, dan data internal Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Public Relations* Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta memiliki strategi khusus dalam mengelola Instagram, antara lain: pemilihan waktu yang tepat untuk mengunggah konten di Instagram, memanfaatkan fitur *hashtag*, *Instagram Story*, dan *Caption*, merangkai cerita melalui *postingan* album, cara berinteraksi dengan *followers*, dan bagaimana menyajikan konten dengan foto yang layak.

Kata Kunci: Instagram, *Public Relations*, Hotel, Royal Ambarrukmo Yogyakarta, Strategi pemasaran.

ABSTRACT

Public Relations is an important part of the hotel in order to build communication to consumers. Public Relations of Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta is under the Sales Marketing department, headed by the Marketing Communication Manager. Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta has one staff member who assists in carrying out duties as Public Relations. This research discusses how the Public Relations strategy of Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta in managing Instagram. The purpose of this research was to determine the public relations strategy of Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta in managing Instagram. The type of research used is descriptive qualitative. With data collection techniques, namely documentation in the form of photos, observation techniques, and unstructured interview techniques. The types of data used are primary data obtained through participatory observation and unstructured interviews, as well as secondary data obtained from photographs when researchers carry out field work practices, journals, books, and internal data at Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta. The results show that the Public Relations of Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta has a special strategy in managing Instagram, including: choosing the right time to upload content on Instagram, utilizing hashtag features, Instagram Story, and Caption, composing stories through album posts, how to interact with followers, and how to present photo-worthy content.

Keywords: *Instagram, Public Relations, Hotel, Royal Ambarrukmo Yogyakarta, Marketing Strategy.*