

## **ABSTRAK**

Di tengah kondisi era pandemi COVID-19 ini, Grand Tjokro Yogyakarta yang merupakan salah satu bisnis perhotelan di Yogyakarta telah menggunakan sosial media sebagai wadah dalam kegiatan pemasaran. Bisnis perhotelan tersebut menerapkan strategi *social media marketing* pada penjualan produk *Social Event Packages*. Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan akun sosial media Instagram di Grand Tjokro Yogyakarta dalam penjualan *Social Event Packages* pada era pandemi COVID-19. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatori, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan pengelolaan sosial media Instagram Grand Tjokro Yogyakarta adalah melalui langkah sebagai berikut, a) membuat brosur *Social Event Packages*, b) melakukan *Review Customer* melalui *Insight* Instagram, c) membuat konsep mengenai konten produk *Social Event Packages*, d) melakukan komunikasi dengan audiens di Instagram mengenai konten yang diunggah, dan e) mengarahkan audiens pada admin/staff yang bersangkutan. Selanjutnya, untuk kendala yang ditemukan dalam pengelolaan tersebut adalah a) dampak *negative* dari kondisi pandemi COVID-19. b) kesulitan mencari bahan foto maupun video pada konten *Social Event Packages*, dan c) tidak tersedia tenaga kerja khusus pada bidang *social media marketing*.

**Kata Kunci:** Perhotelan, Sosial Media, Pemasaran Sosial Media, Instragam, Bauran Komunikasi Pemasaran, Grand Tjokro Yogyakarta

### **ABSTRACT**

*In the midst of the COVID-19 pandemic era, Grand Tjokro Yogyakarta, which is one of the hospitality businesses in Yogyakarta, has used social media as an application for marketing activities. This hotel company implements a social media marketing strategy for selling up their product. The purpose of this research is to determine the management of Instagram Grand Tjokro Yogyakarta social media account in the selling up their Social Event Packages during the COVID-19 pandemic era. The type of research method using qualitative research with collecting data through participatory observation, interviews, documentation and literature studies. The result of this research indicate that the social media management activities of Grand Tjokro Yogyakarta's Instagram are through the following steps, a) making Social Event Packages brochures, b) conducting Customer Reviews by Instagram Insights, c) conceptualizing the content of Social Event Packages, d) communicate with the audience on Instagram regarding the uploaded content, and e) directing the audience to the admin or staff concerned. Furthermore, for the obstacles founded in managing Grand Tjokro Yogyakarta's Instagram social media accounts, are, a) The negative impact of the COVID-19 pandemic condition, b) having trouble in finding photos and videos materials of the content, and c) the unavailability of a special workforce in the social media marketing division.*

**Keywords:** *Hospitality, Social Media, Social Media Marketing, Instagram, Marketing Communication Mix, Grand Tjokro Yogyakarta*