

## INTISARI

Media sosial merupakan salah satu bagian dari media baru yang dapat dijadikan sarana promosi kegiatan khusus pada suatu hotel yang dapat membantu kinerja seorang *Public Relations*. Dengan dasar itulah penulis melakukan penelitian untuk menganalisis peran media sosial dalam membantu kinerja *Public Relations* dalam mempromosikan *special event* di Hyatt Regency Yogyakarta pada Februari dan Maret 2016.

Tujuan penelien ini yaitu untuk mengetahui media sosial yang dipilih Hyatt Regency Yogyakarta beserta alasannya dan menganalisis sejauh mana peran media sosial dalam membantu *Public Relations* untuk mempromosikan *special event* pada Februari dan Maret 2016.

Jenis penelitian yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif. Obyek penelitian adalah media sosial yang digunakan Hyatt Regency Yogyakarta dan data *sproutsocial.com* pada bulan Februari dan Maret. Subyek penelitian ini adalah *Public Relations* Hyatt Regency Yogyakarta. Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah 1). Media sosial yang digunakan Hyatt Regency Yogyakarta adalah Facebook, Twitter, Google+ dan Instagram. 2). Media sosial tersebut cukup membantu *Public Relations Officer* dalam mempromosikan *special event* pada bulan Februari dan Maret 2016 di Hyatt Regency Yogyakarta, karena dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat, akan tetapi hal tersebut belum cukup efektif untuk mendapatkan jumlah tamu yang diharapkan oleh manajemen.

**Kata kunci:** media sosial, *public relations*, promosi, Hyatt Regency, Yogyakarta

## **ABSTRACT**

*Social media is a part of a new media that become a tools of promotion in some of hotels that can help the Public Realion's Job. Therefore, this reserch try to analyzed the role of social media to helping the performance of the public relation to promoting the special event of Hyatt Regency Yogyakarta on Februari and March 2016.*

*The purpose of this reserch are to know how the performance of social media can helping the public relation's job and find out the reason of the social media that chosen by Hyatt Regency Yogyakarta also to analyzed the impact of the social media to promote special event on Februari and March 2016.*

*This reserch use descriptive analysis technique. The object of this reserch are the social media used by Hyatt Regency Yogyakarta and sproutsocial.com reports. The collecting data use observation, interview and documentation technique.*

*The conclusions of this reserch were 1). Social media used by Hyatt Regency Yogyakarta are Facebook, Twitter, Google+ and Instagram. 2). Its helping enough the Public Relation Officer to promote the special event on Februari and March 2016 because the social media can reach all community that used it. But its not too efective to catch up the number of guest that expected by management of Hyatt Regency Yogyakarta.*

**Key word:** *social media, public relations, promotion, Hyatt Regency, Yogyakarta*