

INTISARI

Perkembangan dunia perhotelan saat ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang digunakan manajemen hotel untuk memasarkan produk hotel tersebut. Salah satu strategi yang dilaksanakannya itu penggunaan media social untuk proses pemasaran. Sebagai salah satu hotel yang ada di Yogyakarta, Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta juga menggunakan media social sebagai sarana promosi. Selain untuk memenangkan persaingan, penggunaan media social juga dapat membantu Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta untuk berinteraksi dengan konsumen.

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui jenis media sosial yang digunakan oleh Hotel Harper Mangkubumi dalam menjalankan strategi pemasarannya, mengetahui fitur dan keuntungan dari masing-masing media sosial yang digunakan oleh Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta, dan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta melaluisarana media sosial. Dalam penulisan laporan tugas akhir ini penulis menggunakan metode penelitian dengan cara observasi, wawancara, studi dokumentasi dan studi pustaka. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan dikelompokkan berdasarkan permasalahan penelitian yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial yang digunakan Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta adalah *Facebook, Twitter dan Instagram*. Fitur dan keuntungan media social seperti *update event*, promosi atau melakukan reservasi melalui media sosial. Media social merupakan strategi media interaksi dan promosi yang efektif bagi Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta.

Kata kunci: Media Sosial, Promosi, *Marketing Mix*, Fiturdan Benefit, *Sales and Marketing Department*, Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta

ABSTRACT

The development of the hospitality now cannot be separated from marketing strategies used management hotel to market products the hotel. One strategy implemented namely, the use of social media to the process of marketing. As a hotel that is in Yogyakarta, Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta also use social media as a means of promotion. In addition to win over the competition, the use of social media could also help Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta to interact with consumers.

The purpose of this thesis to the knowledge of the social media used by Hotel Harper Mangkubumi to run the marketing strategy, knowing a feature and benefit of each social media used by hotel Harper Mangkubumi, and knowing marketing strategies done by hotel Harper Mangkubumi through facilities social media. In this thesis writer use research methodology by means of observation, interview, study documentation and the literature study. The data collected later in analysis and grouped based on research that is problems.

The research results show that social media used Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta is Facebook, Twitter and Instagram. Features and benefits social media as update event, promotion or do a reservation through social media. Social media is strategy media interaction and promotion very good for Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta.

Keyword : *Social Media, Promotion, Marketing Mix, Features and Benefits, Sales and Marketing Department, Hotel Harper Mangkubumi Yogyakarta.*