

INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan atas penerapan teori komunikasi perusahaan dan teori komunikasi interpersonal yang terdapat pada akun resmi instagram dari tiga perusahaan jaringan hotel ternama di dunia yaitu Hotel Grand Aston Yogyakarta, Hotel Grand Mercure Yogyakarta, dan Hotel Sheraton Mustika Yogyakarta. Analisis dari tugas akhir ini untuk memberi ilmu pengetahuan baru mengenai hubungan antara perusahaan dan masyarakat atau yang sering diketahui dengan sebutan *netizen*. Tugas akhir ini menggunakan beberapa jenis metode pengumpulan data, yaitu penelitian langsung dan studi pustaka. Penelitian langsung meliputi memantau secara langsung akun resmi instagram dari tiga hotel yang diteliti selama dua bulan dengan penulis telah menentukan bahwa postingan yang diamati yaitu memiliki rentang pengunggahan antara tahun 2018 – 2021. Penulis juga menerapkan jumlah minimal komentar yang tertera pada suatu postingan minimal satu komentar, sehingga postingan tersebut dapat diteliti. Hasil dari tugas akhir ini adalah penjelasan mengenai teori komunikasi perusahaan dan teori komunikasi interpersonal yang terdapat pada akun resmi instagram dari tiga hotel yang dianalisis. Lalu penulis juga mencantumkan data persentase dari hasil analisis penerapan teori komunikasi perusahaan dan teori komunikasi interpersonal yang terdapat pada akun resmi instagram dari tiga hotel yang dianalisis.

Kata Kunci : Ciri-ciri, Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Perusahaan, Postingan Instagram, Warganet

ABSTRACT

This study aims to describe the implementation of corporate communication and interpersonal communication use on the Instagram official account of three great hotels chain in the world located in Yogyakarta. There are Grand Aston Yogyakarta Hotel, Grand Mercure Yogyakarta Hotel, Sheraton Mustika Yogyakarta Hotel. This analysis is worthwhile to understand communication between corporations and society, or nowadays we often call netizens. This study uses several methods in collecting data, namely direct observation, and library study. Direct observation cover monitor Instagram official account of three hotels for two months with; the writer decides the posts which are analyzed 2018-2021 as a range year. The writer also gets into a minimum number of comments around one comment as a stipulation to be monitored. This paper's result shows a brief description of the official Instagram account of three hotels as a beginning part discussion. Then this study also publishes the percentage of implementation of corporate communication and interpersonal communication use on the official Instagram account of three great hotels as the main discussion.

Keywords: Corporate Communication, Features, Instagram post, Interpersonal Communication, Netizen