



RINGKASAN

DHEA KRISTIANA NATALIA. Proses Promosi Iftar Idaman di Media Sosial Hotel Salak The Heritage. *Iftar Idaman Promotion Process on Hotel Salak The Heritage Social Media*. Dibimbing oleh SUTISNA RIYANTO

Promosi berperan penting dalam perusahaan untuk berkomunikasi dan menawarkan produk atau jasa kepada konsumen. Tingginya persaingan antar perusahaan dapat mempengaruhi seberapa gencar perusahaan dalam melakukan promosi. Sektor Pariwisata adalah satu dari berbagai jenis sektor yang memiliki persaingan usaha yang tinggi. Hotel Salak The Heritage adalah bisnis perhotelan di sektor pariwisata yang ada di Kota Bogor. Sejalannya perkembangan inovasi di dunia teknologi, Hotel Salak The Heritage memanfaatkan internet dalam strategi promosi untuk menarik minat pengunjung lebih banyak lagi seperti penggunaan media sosial. Media sosial Hotel Salak The Heritage dikelola secara langsung oleh divisi *Public Relation and Promotion* (PR-P). Salah satu promosi yang menggunakan media sosial sebagai media promosi yaitu promo Iftar Idaman.

Tujuan dari penulisan Laporan Akhir yaitu untuk menguraikan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, menguraikan proses promosi Iftar Idaman di media sosial Hotel Salak The Heritage, dan menguraikan kendala yang dihadapi selama proses promosi. Laporan Akhir ini dirancang berdasarkan data primer dan data sekunder yang diperoleh dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Hotel Salak The Heritage Bogor yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda No.8, RT.01/RW.01, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat dan dari sumber lain yang relevan. Kegiatan PKL berlangsung selama dua bulan terhitung mulai tanggal 2 Februari hingga 2 April 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, partisipasi aktif, dan studi pustaka.

Media sosial Hotel Salak The Heritage memiliki manfaat penting sebagai media promosi Iftar Idaman. Media sosial yang digunakan meliputi Instagram dan Facebook. Pemanfaatan Instagram dan Facebook sebagai media promosi yaitu untuk memperluas jangkauan promosi dan memudahkan berinteraksi dengan pengunjung secara terbuka. Terdapat beberapa tahap dalam proses promosi Iftar Idaman di media sosial Hotel Salak The Heritage yaitu perencanaan, pembuatan konten, publikasi, dan tindak lanjut promosi.

Terdapat beberapa kendala dalam kegiatan promosi Iftar Idaman di media sosial. Kendala yang dialami selama proses promosi Iftar Idaman terbagi menjadi dua jenis yaitu kendala teknis dan kendala non teknis. Kendala teknis meliputi terbatasnya fasilitas. Kendala non teknis meliputi keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan kurangnya anggaran. Divisi PR-P memiliki solusi dalam mengatasi kendala tersebut sehingga proses promosi dapat berjalan lancar.

Kata-kata kunci: konten, media sosial, promosi