

ABSTRAK

Safira Rizky Amalia (2020041132)

KEGIATAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL HOTEL BIDAKARA JAKARTA OLEH DIVISI SALES & MARKETING

Persaingan industri bisnis perhotelan kini sudah merambah ke dunia digital terutama melalui saluran media sosial. Kebutuhan praktisi yang memiliki kemampuan *public relations* dalam membangun citra sampai reputasi perusahaan hotel sangat krusial dengan membuat strategi menjalin komunikasi aktif kepada khalayak serta *stakeholders*. Hal ini mendorong praktikan yang saat ini, mempelajari dasar teoritis dan praktis keilmuan *public relations* seperti Hubungan Masyarakat Online, Produksi Humas, Penulisan Humas, dan Strategi Taktik Humas untuk melakukan praktik Kerja Profesi di PT Mekar Prana Indah atau pengelola Hotel Bidakara Jakarta. Perusahaan yang menyediakan layanan perhotelan di daerah Jakarta dengan induknya Yayasan Kesejahteraan Karyawan Bank Indonesia. Praktikan mengimplementasikan materi selama praktik Kerja Profesi bertanggung jawab mengelola dan memproduksi konten media sosial milik perusahaan, membantu perencanaan penyelenggaraan acara, membuat *press release*, mencari *influencers* untuk diajak kerja sama dalam mengefektifkan strategi komunikasi, melakukan pemantauan sentimen publik tentang Hotel Bidakara di seluruh saluran media agar mendapatkan *feedback* dan mengantisipasi pandangan negatif. Selama menjalankan Kerja Profesi, tahapan yang dilakukan berupa perencanaan konten dengan metode SOSTAC, pembuatan secara langsung konten, publikasi dan evaluasi konten, menyeleksi kategori *influencers*, melakukan analisis profil *influencers* yang relevan dengan objektif strategi, menindaklanjuti kesepakatan dengan *influencers*, serta membuat MoU. Pembelajaran yang sangat bermanfaat bagi praktikan dalam memahami realisasi serangkaian proses yang tercantum pada tujuan perusahaan terkhusus sebagai seorang *public relations*.

Kata kunci: Hotel Bidakara Jakarta, *Public Relations*, Media Sosial, Perencanaan Konten