

EVALUASI PEMASARAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA DOM HOTEL JOGJA YOGYAKARTA

Fransiskus Sales Paul Lega

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi pemasaran menggunakan media sosial pada perusahaan Dom Hotel Jogja. Tingkat persaingan yang ketat dalam industri perhotelan, menuntut semua hotel untuk terus melakukan inovasi baik dari segi produk, harga dan layanan yang diberikan kepada setiap tamu hotel sehingga inovasi tersebut menjadi keunggulan bersaing untuk mendapatkan tamu hotel. Selain itu, juga pada era digital saat ini banyak pelaku-pelaku bisnis menggunakan media sosial untuk menginformasikan produk atau jasanya dan juga sifat pasar *online* yang sangat dinamis menuntuk perubahan-perubahan cepat, membutukan reaksi dan langkah yang tepat agar sebuah jasa dapat bertahan dengan memenangkan persaingan. Dom Hotel Jogja melakukan komunikasi pemasaran *online* dengan menggunakan media sosial seperti *whatsapp*, *facebook* dan *instagram*. Penelitian ini dilakukan karena penggunaan media sosial oleh pihak Dom Hotel Jogja masih kurang efektif dan maksimal, sehingga masih kurang mendapat perhatian dari para pengguna media sosial *whatsapp*, *facebook* dan *instagram*. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini nantinya akan digunakan oleh bagian pemasaran Dom Hotel Jogja untuk lebih memperbaiki dan meningkatkan komunikasi pemasaran menggunakan media sosial *whatsapp*, *facebook* dan *instagram* milik Dom Hotel Jogja seperti menggunakan gaya bahasa atau komikasi yang tidak monoton saat membagikan informasi melalui *whatsapp* dan mengaktifkan lagi akun *facebook* untuk memperluas pasar dan menggunakan iklan prabayar di *instagram* dengan begitu akan banyak yang tahu dan tertarik untuk menginap di Dom Hotel Jogja.

Kata Kunci: *Evaluasi, Pemasaran, Media Sosial.*

**MARKETING EVALUATION USING SOCIAL MEDIA IN DOM HOTEL
JOGJA YOGYAKARTA**

Fransiskus Sales Paul Lega

Abstract

This study aims to determine the evaluation of marketing using social media at the Dom Hotel Jogja company. The level of intense competition in the hospitality industry requires all hotels to continue to innovate in terms of products, prices and services provided to each hotel guest so that this innovation becomes a competitive advantage for hotel guests. In addition, in the current digital era, many business people use social media to inform their products or services and also the very dynamic nature of the online market for rapid changes, requiring reactions and appropriate steps so that a service can survive by winning the competition. . Dom Hotel Jogja conducts online marketing communications using social media such as WhatsApp, Facebook and Instagram. This research was conducted because the use of social media by Dom Hotel Jogja is still not effective and maximal, so that it still lacks attention from users of social media WhatsApp, Facebook and Instagram. This study used a qualitative descriptive method, data were collected through questionnaires, observation and documentation. The results of this research will later be used by Dom Hotel Jogja's marketing department to further improve and improve marketing communication using social media WhatsApp, Facebook and Instagram belonging to Dom Hotel Jogja, such as using a language style or communication that is not monotonous when sharing information via WhatsApp and reactivating accounts. Facebook to expand the market and use prepaid advertising on Instagram so that many will know and are interested in staying at Dom Hotel Jogja.

Keywords: Evaluation, Marketing, Sosial Media.