

ABSTRAK

Hotel merupakan salah satu pendukung dalam menyeimbangkan dari salah satu sektor pariwisata yang dikelola secara komersial, yang disediakan untuk setiap orang untuk mendapat fasilitas penginapan berikut makanan dan minuman yang juga didukung oleh fungsi utama dari hotel yang menawarkan berbagai macam fasilitas untuk para pengunjung beristirahat atau hanya menikmati fasilitas hotel yang tersedia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pemasaran *room facilities* melalui media sosial yang dilakukan oleh tim pemasaran di The Jayakarta Suites Bandung dan untuk mengetahui kendala apa yang ditemukan oleh tim pemasaran di The Jayakarta Suites Bandung dalam kegiatan pemasaran *room facilities* melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemasaran yang dilakukan melalui media sosial Instagram. Untuk terus memperbaharui unggahan di beranda OTA, di sediakannya ruang tunggu, dan menambah waktu sarapan.

Kata Kunci: Pemasaran, Fasilitas Kamar, Media Sosial.

ABSTRACT

The hotel is one of the supporters in balancing one of the commercially managed tourism sectors, which is provided for everyone to get lodging facilities along with food and beverages which are also supported by the main function of the hotel that offers a variety of facilities for visitors to rest or just enjoy the hotel facilities available. The purpose of this study is to find out about room facilities marketing through social media carried out by the marketing team at The Jayakarta Suites Bandung and to find out what obstacles were found by the marketing team at The Jayakarta Suites Bandung in room facilities marketing activities through social media. This study used qualitative research methods with observational data collection techniques, interviews, and documentation. Marketing done through Instagram. To keep on update the upload on the OTA homepage, provide a waiting room, and increase a few hour for breakfast time.

Keywords: Marketing, Room Facilities, Social Media.