

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA
PROMOSI OLEH HUMAS BLU PLAZA DALAM
MENINGKTKAKAN JUMLAH PENGUNJUNG
(Studi Deskriptif pada Humas Blu Plaza)**

Wita Oktaviani

Program Studi Ilmu Komunikasi - Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Satya Negara Indonesia

Email: woktaviani75@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to know the utilization of social media as a media campaign in increasing the number of visitors, this research uses qualitative research with descriptive research nature, with data collection through interviews with 3 informants and 1 key informant, documentation and observation. This research was conducted at Blu Plaza Mall in sub Chart of Marketing Communication of Public Relations The result of this research is social media utilization that spur on some elements of the theory of computer mediated communication (CMC), because by using internet network communication can provide benefits that is to increase the relationship to consumers, increasing brand awareness and uses engagement is to establish relationships with the community or customers The existence of the Internet facilitate public relations in conveying information related to the promo and information about the event. Promotion using the internet media greatly simplify all elements, either internal Blu Plaza or parties who receive information.*

Keywords: *Utilization, Public Relations, Social Media, Consumer, Promotion*

Abstrak: Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dengan 3 informan dan 1 key informant, dokumentasi dan observasi. Penelitian ini dilakukan di Mall Blu Plaza pada sub bagan *Marketing Communication* bagian Humas Hasil dari penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial yang memacu pada beberapa elemen dari *teori computer mediated communication* (CMC), karena dengan menggunakan komunikasi berjaringan internet mampu memberikan manfaat yaitu meningkatkan hubungan terhadap konsumen, meningkatkan *brand awareness dan uses engagement* yaitu menjalin hubungan dengan komunitas atau pelanggan Adanya internet memudahkan humas dalam menyampaikan informasi terkait promo dan informasi mengenai *event*. Promosi menggunakan media internet sangat mempermudah semua elemen, baik internal Blu Plaza ataupun pihak yang menerima informasi

Kata kunci: Pemanfaatan, Humas, Media Sosial, Pengunjung, Promosi