

**ANALISIS RESEPSI PENGUNJUNG HOTEL POR AQUI YOGYAKARTA
TERHADAP HOTEL BERGAYA MEXICO PADA MEDIA SOSIAL**

Habib Fadhlurrahman Mamonto
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Mamonto.habib@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana pemaknaan pengunjung Hotel Por AQUI Yogyakarta terhadap Hotel bergaya Mexico pada media sosial. Penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi, penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam yang terdiri dari 9 informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan Hotel bergaya Mexico pada media sosial menghasilkan dua kesimpulan yaitu. Pertama, pemahaman Pengunjung Hotel Por AQUI menyetujui pesan pada media sosial tersebut dengan positif bahwa Hotel bergaya Mexico pada Hotel Por AQUI Yogyakarta dapat mempengaruhi pengalaman dalam menginap di Hotel lain, sehingga menunjukkan posisi Hegemoni Dominan. Kedua, Pengunjung Hotel Por AQUI menyetujui sebagian dan memahami Hotel bergaya Mexico pada media sosial dan sebagian menegosiasikan karena memiliki pemahamannya sendiri terhadap pesan yang disampaikan, sehingga menunjukkan Posisi Negosiasi. .

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Hotel Por AQUI, Media Sosial.

**ANALYSIS OF VISITOR RECEPTION AT POR AQUI YOGYAKARTA
HOTEL FOR MEXICO-STYLE HOTELS ON SOCIAL MEDIA**

Habib Fadhlurrahman Mamonto
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Mamonto.habib@gmail.com

Abstract

This study examines how visitors to Hotel Por Aqui Yogyakarta interpret the meaning of Mexican-style hotels on social media. This study uses reception analysis theory, qualitative research with data collection techniques using in-depth interviews consisting of 9 informants. The results of this study indicate that acceptance of Mexican-style hotels on social media produces two conclusions, namely. First, the understanding of Por Aqui Hotel visitors agrees with messages on social media positively that Mexican-style hotels at Por Aqui Hotel Yogyakarta can influence the experience of staying at other hotels, thus showing the position of Dominant Hegemony. Second, Por Aqui Hotel Visitors partly agree with and understand the Mexican-style hotel on social media and partly negotiate because they have their own understanding of the message conveyed, thus showing the negotiating position.

Keywords: *Reception Analysis, Hotel Por Aqui, Social Media.*