



**STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI HOTEL MANDARIN ORIENTAL  
JAKARTA MENGGUNAKAN FRAMEWORK 4C**

**SKRIPSI**

LITA MONICA ALEXANDRA

44219010168

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**



**STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI HOTEL MANDARIN ORIENTAL JAKARTA  
MENGUNAKAN FRAMEWORK 4C**

**SKRIPSI**

**LITA MONICA ALEXANDRA**

**MERCU BUANA**  
44219010168

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lita Monica Alexandra

NIM : 44219010168

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Mandarin Oriental Jakarta Menggunakan Framework 4C

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 2 September 2025



Lita Monica Alexandra

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### **PERNYATAAN SIMILARITY CHECK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Lita Monica Alexandra  
NIM : 4421901068  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relation

Dengan judul “ Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Mandarin Oriental Jakarta Menggunakan Framework 4C” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 September 2025 ,didapatkan nilai persentase sebesar 29 %

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 29 September 2025  
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

#### **KAMPUS MENARA BHAKTI**

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Lita Monica Alexandra  
NIM : 44219010168  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Mandarin Oriental Jakarta Menggunakan Framework 4C

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Farid Hamid, M.Si  
NIDN : 0301117301  
Ketua Sidang : Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom  
NIDN : 0326089202  
Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A, M.B.A  
NIDN : 0303069401



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2025

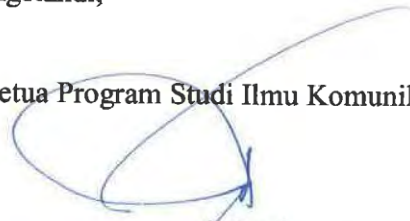
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala rahmat serta pertolongan-Nya. Sehingga peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul “Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Mandarin Oriental Jakarta Menggunakan Framework 4C” dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) di Jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Peneliti menyadari penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
2. Papi Alexander Ruben Kalalo yang tercinta karena telah memberikan segala doa dan dukungannya kepada Peneliti, sehingga Peneliti semangat dalam mengerjakan penelitian hingga selesai.
3. Sahabat-sahabatku tercinta yakni Fatmah Alifiyah, Badriyyah Pungki Milenia, Indri Agustia Maulida & Farhan Yuda

Adityawarman yang telah memberikan dukungan, menemani, dan membantu Peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

4. Richo Prafitra, Pradana Garnasadhi Putra dan Jovanka Laura Kaya selaku karyawan Hotel Mandarin Oriental Jakarta yang menjadi narasumber dalam penelitian ini.
5. Serta semua pihak yang telah membantu, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Semoga arahan, motivasi, dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah bagi keluarga, bapak-ibu, dan rekan-rekan sehingga memperoleh balasan yang lebih baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun kesempurnaan skripsi atau tulisan Peneliti berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran untuk perkembangan pendidikan.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2025

Lita Monica Alexandra

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lita Monica Alexandra  
NIM : 44219010168  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Mandarin Oriental Jakarta Menggunakan Framework 4C

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 September 2025  
Yang Menyatakan,

UNIVERSIT  
MERCU BUANA



(Lita Monica Alexandra)

## ABSTRAK

Nama : Lita Monica Alexandra  
NIM : 44219010168  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Mandarin Oriental Jakarta Menggunakan Framework 4C  
Pembimbing : Dr. Farid Hamid M.Si

Mandarin Oriental Jakarta memanfaatkan Instagram sebagai salah satu strategi utama dalam promosi online untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness*. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pemanfaatan Instagram sebagai media promosi hotel Mandarin Oriental Jakarta menggunakan framework 4C. Adapun jumlah narasumber yang diwawancarai sebanyak tiga orang dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling menggunakan metode analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Instagram sebagai media promosi Hotel Mandarin Oriental Jakarta berfungsi sebagai strategi komunikasi digital yang memadukan citra kemewahan dengan kedekatan emosional audiens. Instagram dimanfaatkan tidak hanya untuk meningkatkan awareness, tetapi juga membangun preferensi konsumen dan mendorong konversi melalui integrasi dengan kanal pemesanan. Berdasarkan analisis 4C Social Media Marketing, strategi ini dirancang dengan konten yang menonjolkan kemewahan namun tetap relevan, storytelling premium dengan visual berkualitas tinggi, interaksi audiens melalui konten interaktif dan Instagram ads, serta hubungan yang dibangun secara personal dan responsif. Fitur seperti Feed, Stories, dan Carousel dimanfaatkan sesuai fungsinya untuk menyajikan konten premium, kasual, dan mendetail. Namun, penerapan ini menghadapi tantangan seperti menjaga konsistensi brand image global di tengah perubahan tren digital, engagement rate yang terbatas, pertumbuhan pengikut yang lambat, serta risiko konten user-generated yang tidak selaras dengan gaya komunikasi brand. Secara keseluruhan, Instagram menjadi touchpoint digital strategis yang menggabungkan inspirasi, edukasi, dan promosi, namun memerlukan strategi adaptif agar relevansi dan konsistensi citra global tetap terjaga.

**Kata Kunci** : Pemanfaatan, Instagram, Promosi, Hotel, Framework 4C

## ABSTRACT

Name : Lita Monica Alexandra  
NIM : 44219010168  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Internship Report : Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel  
Mandarin Oriental Jakarta Menggunakan Framework 4C  
Supervisor : Dr. Farid Hamid M.Si

*Mandarin Oriental Jakarta utilizes Instagram as one of its main online promotion strategies to reach a wider audience and enhance brand awareness. The purpose of this study is to analyze the strategy of using Instagram as a promotional medium for Mandarin Oriental Jakarta using the 4C framework. Three respondents were interviewed using purposive sampling with a qualitative data analysis method. The findings indicate that the use of Instagram as a promotional medium for Mandarin Oriental Jakarta functions as a digital communication strategy that combines a luxurious image with emotional closeness to the audience. Instagram is utilized not only to increase awareness but also to build consumer preference and drive conversions through integration with booking channels. Based on the 4C Social Media Marketing analysis, the strategy was designed with content that highlights luxury while remaining relevant, premium storytelling with high-quality visuals, audience interaction through interactive content and Instagram ads, and relationships built in a personal and responsive manner. Features such as Feed, Stories, and Carousel are utilized according to their functions to deliver premium, casual, and detailed content. However, this implementation faces challenges such as maintaining global brand image consistency amid changing digital trends, limited engagement rates, slow follower growth, and the risk of user-generated content misaligned with the brand's communication style. Overall, Instagram serves as a strategic digital touchpoint that combines inspiration, education, and promotion but requires adaptive strategies to maintain relevance and global brand consistency.*

**Keywords :** Utilization, Instagram, Promotion, Hotel, Framework 4C

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>0</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Framework 4C.....	19
2.3 New Media Theory .....	20
2.4 <i>Public Relation</i> .....	22
2.5 Marketing Public Relation.....	24
2.6 Komunikasi Pemasaran .....	25
2.7 Pengelolaan Media Sosial .....	26
2.8 Media Sosial.....	27
2.9 Media Sosial Instagram.....	29

2.10 Promosi .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
3.4 Subjek Penelitian.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	38
4.2 Hasil Penelitian .....	41
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Mapping Kompetitor Hotel Mandarin Oriental Jakarta .....	6
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu .....	14



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lokasi Mandarin Oriental Jakarta .....	4
Gambar 1. 2 Instagram Hotel Mandarin Oriental Jakarta .....	5
Gambar 4. 1 Hotel Mandarin Oriental Jakarta .....	40
Gambar 4. 2 Icon Hotel Mandarin Oriental Jakarta .....	40
Gambar 4. 3 Fasilitas Hotel Mandarin Oriental Jakarta .....	41
Gambar 4. 4 Konten Room Tour Hotel Mandarin Oriental Jakarta .....	44
Gambar 4. 5 Desain Visual Suasana Hotel .....	45
Gambar 4. 6 Standart Visual MOGH Global .....	50
Gambar 4. 7 Konten Visual Kuliner .....	52
Gambar 4. 8 Tampilan Laman Instagram .....	53

