



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT HOTEL MERCURE JAKARTA  
KOTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH CUSTOMER DENGAN  
MEMANFAATKAN INSTAGRAM**

**OUTLINE SKRIPSI**

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**SARASWATI APRILIANA**

**44216010023**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Saraswati Apriliana  
Nim : 44216010023  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul "Strategi Humas Hotel Mercure Jakarta Kota Dalam Meningkatkan Jumlah Customer Dengan Memanfaatkan Instagram" adalah hasil karya yang yelah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikat dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Unviversitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta 31 Agustus 2020



(Saraswati Apriliana)

Pembimbing

( Yuliawati, M.Ikom )

Ketua Bidang Studi Public Relations

( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )



Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI HUMAS HOTEL MERCURE  
JAKARTA KOTA DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH CUSTOMER DENGAN  
MEMANFAATKAN INSTAGRAM

Nama : Saraswati Apriliana

Nim : 44216010023

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 28 Agustus 2020

Mengetahui,

UNIVERSITAS  
**Pembimbing**  
MERCU BUANA

( Yuliawati, S.Sos, M.Ikom )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

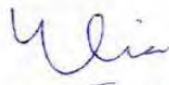
Judul : **STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT HOTEL MERCURE  
JAKARTA KOTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
CUSTOMER DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM**

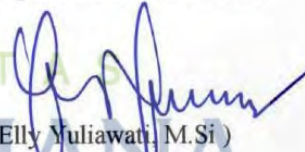
Nama : Saraswati Apriliana  
Nim : 44216010023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 31 Agustus 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

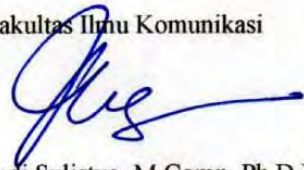
Ketua Bidang Studi Public Relations

  
( Yuliawati, M.Ikom )

  
( Dr. Elly Muliawati, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
( Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D )

  
( Dr. Farid Hamid, M.Si )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana


**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT HOTEL MERCURE  
JAKARTA KOTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
CUSTOMER DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM**

Nama : Saraswati Apriliana  
Nim : 44216010023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta 31 Agustus 2020

Ketua Sidang  
( Anindita S.Pd, M.Ikom )




(.....)

Penguji Ahli  
( Dr. Farid Hamid, M.Si )



(.....)

Pembimbing  
( Yulawati, M.IKom )



(.....)





Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Saraswati Apriliana  
44216010023

Strategi Humas Hotel Mercure Jakarta Kota Dalam Meningkatkan Jumlah Customer Dengan Memanfaatkan Instagram  
Bibliografi : 5 Bab 84 Hal + 13 Lampiran + 21 Buku + 10 Jurnal + 5 Internet

### **ABSTRAK**

Industri perhotelan Indonesia kini menghadapi situasi yang menurun, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat tingkat hunian kamar hotel berbintang khususnya di Jakarta mengalami penurunan pada tahun 2018-2019 dan persaingan karena banyak hotel berbintang baru yang bermunculan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas hotel Mercure Jakarta Kota memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan jumlah *customer*.

Teori dan konsep pendukung pada penelitian ini yaitu yang diterapkan oleh Rhenald Kasali yaitu pertama adanya menyampaikan fakta dan opini, kedua menelusuri dokumen resmi perusahaan atau mempelajari perubahan yang terjadi secara histories, ketiga sampai tahapan melakukan analisis SWOT dan strategi kegiatan public relations oleh Rosady Ruslan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan metode penelitian studi kasus dan paradigma konstruktivisme, dengan teknik pengumpulan data primer yaitu wawancara secara langsung dan mendalam. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan ialah triangulasi.

Hasil penelitian penelitian ini menjelaskan strategi humas hotel Mercure Jakarta Kota dalam meningkatkan jumlah customer dengan memanfaatkan Instagram, antara lain analisa situasi, objektif, strategi tindakan, strategi komunikasi antara lain menentukan khayalak, tema pesan yang disampaikan, memilih media komunikasi untuk menyampaikan pesan. Sehingga proses komunikasi tersebut untuk menari perhatian masyarakat dan meningkatkan jumlah customer.

**Kata Kunci** : Strategi Public Relations, Customer, Instagram



Mercu Buana University  
faculty of Communication  
Field of Public Relations Studies  
Saraswati Apriliana  
44216010023

Public Relations Strategy of Hotel Mercure Jakarta Kota in increasing the number of customers by utilizing Instagram

Bibliografi : 5 Bab 84 Hal + 13 Lampiran + 22 Buku + 9 Jurnal + 7 Internet

#### **ABSTRACT**

The Indonesian hotel industry is now facing a declining situation, according to the Central Statistics Agency (BPS), noting that the occupancy rate of star-rated hotels, especially in Jakarta, has decreased in 2018-2019 and competition is due to the emergence of many new star hotels. The purpose of this research is to find out how the public relations strategy of the Mercure Jakarta Kota hotel uses Instagram to increase the number of customers.

The theory and supporting concepts in this research are those applied by Rhenald Kasali, namely, firstly, there is conveying facts and opinions, secondly tracing company official documents or studying changes that have occurred historically, third to the stage of carrying out a SWOT analysis and strategy of public relations activities by Rosady Ruslan.

The method used in this research is a qualitative method with a case study research method and a constructivism paradigm, with primary data collection techniques, namely direct and in-depth interviews. The technique of checking the validity of the data used is triangulation.

The results of this study explain the public relations strategy of the Jakarta Mercure hotel in increasing the number of customers by utilizing Instagram, including situation analysis, objectives, action strategies, communication strategies, among others, determining the audience, the theme of the message conveyed, choosing communication media to convey the message. So that the communication process is to attract public attention and increase the number of customers.

**Kata Kunci** : Strategi Public Relations, Customer, Instagram

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi banyak kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Skripsi dengan judul “Strategi Humas Hotel Mercure Jakarta Kota Dalam Meningkatkan Jumlah Customer Dengan Memanfaatkan Instagram“ adapun penelitian ini ditulis dan disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*.

Proses penulisan ini tidak berjalan dengan lancar dan sesuai rencana tanpa bantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses penulisan skripsi. Oleh karena itu penulis ingin menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom yang telah bersedia meluangkan waktu dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan dan dukungan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Elly Yuliawati, Dr. M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana



4. Bapak Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Orang tua tercinta, Ibu Sri Astuti dan Ayah Anwar yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam bentuk moril maupun materil, serta kasih sayang kepada penulis dan doa-doa yang tiada hentinya.
6. Kepada saudara kandung mba wiwit dan mba elin yang sudah mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada teman dan sahabat Nabilah, Shinta dan Alayers (Ayu, dira, nanda, tesa dan fitri) yang sudah saling mendukung dan saling membantu dan saling menyemangati selama proses penulisan skripsi ini.
8. Serta narasumber yang sudah bersedia meluangkan waktu.
9. Kepada teman-teman Public Relations 2016 yang telah bersama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi masing-masing.

Bila mana dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, penulis, dan mampu menginspirasi penulis lainnya untuk menghasilkan karya tulis yang lebih baik lagi.

Jakarta, 31 Agustus 2020



Penulis

## DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Mahasiswa.....	i
Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan .....	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	iv
Abstrak .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoretis.....	22
2.2.1 Public Relations .....	22
2.2.2 Peran Public Relations .....	23
2.2.3 Fungsi Public Relations .....	25
2.2.4 Strategi Public Relations.....	26

2.2.5	Customer .....	33
2.2.6	Hotel.....	35
2.2.7	New Media.....	36
2.2.8	Media Sosial.....	36
2.2.9	Instagram.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Paradigma Penelitian .....	41
3.2.	Metode Penelitian .....	42
3.3.	Subjek Penelitian .....	44
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.	Teknik Analisis Data.....	47
3.6.	Teknik Keabsahan Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Profile Hotel Mercure Jakarta Kota.....	51
4.1.2	Sejarah Hotel Mercure Jakarta Kota.....	51
4.1.3	Visi dan Misi Hotel Mercure Jakarta Kota.....	52
4.1.4	Logo Hotel Mercure Jakarta Kota .....	54
4.1.5	Fasilitas Hotel Mercure Jakarta Kota .....	54
4.1.6	Instagram Hotel Mercure Jakarta Kota.....	59
4.2	Hasil Penelitian .....	60
4.2.1	Strategi humas hotel Mercure Jakarta Kota dalam meningkatkan jumlah customer .....	62

4.2.2	Strategi humas hotel Mercure Jakarta Kota dalam meningkatkan jumlah customer melalui instagram.....	65
4.2.3	Konten Yang Disajikan Dalam Instagram Hotel Mercure Jakarta Kota .....	71
4.3	Pembahasan.....	77
4.3.1	Program Yang Dilakukan Humas Hotel Mercure Jakarta Kota Dalam Meningkatkan Jumlah Customer Melalui Instagram .....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		81
5.1.	Simpulan .....	81
5.2.	Saran .....	84
5.2.1	Saran Akademis .....	84
5.2.2	Saran Praktis .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....		85



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data BPS Tingkat Penghunian Kamar .....	2
Gambar 4.1 Logo Mercure .....	54
Gambar 4.2 Ballroom.....	54
Gambar 4.3 Ballroom.....	54
Gambar 4.4 Kirana Cafe .....	55
Gambar 4.5 Receptionist.....	55
Gambar 4.6 Spice Restaurant.....	56
Gambar 4.7 Chiou Tung.....	57
Gambar 4.8 Subhaya Meeting Room.....	57
Gambar 4.9 Abhimata Meeting Room.....	58
Gambar 4.10 Swimming Pool.....	59
Gambar 4.11 Instagram Mercure Jakarta Kota .....	60
Gambar 4.12 Pelayanan Hotel Mercure Jakarta Kota .....	68
Gambar 4.13 Fasilitas Hotel Mercure Jakarta Kota .....	68
Gambar 4.14 Promo Penginapan Hotel Mercure Jakarta Kota .....	68
Gambar 4.15 Promo Makanan Hotel Mercure Jakarta Kota .....	68
Gambar 4.16 Postingan Informasi Hotel Mercure Jakarta Kota .....	72
Gambar 4.17 Fasilitas Hotel Mercure Jakarta Kota .....	73
Gambar 4.18 Fasilitas Hotel Mercure Jakarta Kota .....	73
Gambar 4.19 Postingan Influencer Instagram Untuk Mempromosikan Hotel Mercure Jakarta Kota .....	74
Gambar 4.20 Postingan Influencer Instagram Untuk Mempromosikan Hotel Mercure Jakarta Kota .....	74
Gambar 4.21 Event Hotel Mercure Jakarta Kota .....	75
Gambar 4.22 Event Hotel Mercure Jakarta Kota .....	75
Gambar 4.23 Give Away Hotel Mercure Jakarta Kota .....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
--------------------------------------	---

