



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**IMPLEMENTASI INSTAGRAM BISNIS DALAMMENINGKATKAN
RENEW HOTEL GRANDHIKA PADA BULAN NOVEMBER –
DESEMBER 2022**

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Sri Wahyuningsih
44315110104

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sri Wahyuningsih
NIM : 44315110104
Bidang : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : **Implementasi Instagram Bisnis dalam meningkatkan**

Renewal Hotel Grandhika pada bulan November – Desember 2022

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, 28 Februari 2023



Sri Wahyuningsih

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini: Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sri Wahyuningsih
NIM 44315110104
Bidang : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : **Implementasi Instagram Bisnis dalam meningkatkan**

Renew Hotel Grandhika pada bulan November – Desember 2022

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercubuana Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif (Non- Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif ini Universitas Mercubuana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan laporan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 28 Februari 2023



Sri Wahyuningsih

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi diajukan oleh:

Nama : Sri Wahyuningsih
NIM : 44315110104
Bidang : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : **Implementasi Instagram Bisnis dalam meningkatkan**

Revenew HotelGrandhika pada bulan November – Desember 2022

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/ Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Dewi Sad Tanti, M.Ikom	()
NIDN	: 0726067701	
Ketua Penguji	: Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed	()
NIDN	: 0316088201	
Penguji Ahli	: Engga Probi Endri, MA	()
NIDN	: 0317089402	

Jakarta, 28 Februari 2023

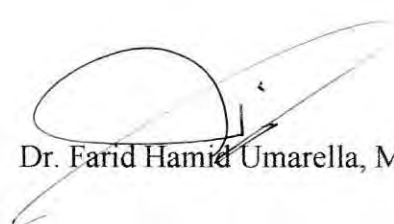
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul Implementasi Instagram Bisnis Dalam Meningkatkan Revenew Hotel Grandhika Pada Bulan November – Desember 2022. Sebagaimana tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Strata Satu (S-1), dari Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dimana didalamnya pun akan ada banyak kekurangan, yang dapat disebabkan oleh kurangnya pengalaman, pengetahuan, dan ketelitian. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik atau saran dari pembaca demi membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Terdapat banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam penyusunan skripsi ini, namun berkat adanya dukungan dan semangat dari orang terdekat baik secara moral maupun material sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku pembimbing skripsi saya yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, serta waktunya dan selalu memberi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua dan keluarga besar peneliti yang telah memberikan semangat, doa, serta kasih sayang dan dukungan baik secara moral, material, dan spiritual. Peneliti telah menyelesaikan skripsi ini dan lulus menjadi sarjana yang merupakan cita – cita orang tua peneliti.

3. Kepada suami saya yang telah mendukung peneliti dalam segala aspek dari semasa pacaran hingga akhirnya menikah.
4. Bapak Farid Hamid Umarela Dr.M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dorongan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu melly Ridaryanthi, Ph.D selaku dosen penguji pada seminar proposal, terima kasih atas saran serta masukan. Semoga beliau bisa selalu ditempatkan ditempat terbaik.
6. Ibu Eka Perwita Fauzi, M.Ed selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan banyak masukan dan pengetahuan serta memberikan support agar menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.
7. Bapak Engga Probi Endri, MA selaku dosen penguji pada sidang tugas akhir yang telah memberikan banyak masukan untuk peneliti serta support kepada peneliti agar menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.
8. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu kepada peneliti.
9. Staff dan laryawan Perpustakaan serta Administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
10. Ibu Cinta selaku Direct Of Sales (DOS) dan Ibu Okti selaku Senior Sales Manager yang telah mendukung penelitian ini dari awal hingga akhir.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih sedalam – dalamnya kepada seluruh dosen, guru, orangtua, dan sahabat – sahabat yang mungkin tidak dapat penulis tulis seluruhnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada seluruh orang yang telah membantu penulis mencapai penyelesaian skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang.

Jakarta, 28 Februari 2023

(Sri Wahyuningsih)



Nama : Sri Wahyuningsih
NIM : 44315110104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Instagram Bisnis Dalam Meningkatkan Revenew Hotel Grandhika Pada Bulan November-Desember 2022
Pembimbing : Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom

ABSTRAK

Hotel Grandhika Merupakan Hotel Bintang Empat di Indonesia khususnya DKI Jakarta, di masa pandemi di tahun 2021, Hotel Grandhika masih eksis dan berjalan dengan menerapkan protokol kesehatan, untuk mendapatkan respon yang baik dari konsumen. Dengan adanya pandemi Covid 19 membuat Hotel Grandhika menyusun strategi digital marketing melalui Instagram untuk meng-Implementasikan instagram dalam meningkatkan Revenew Hotel agar tidak kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi sosial media Instagram Hotel Grandhika dalam Meng-Implementasikan instagram dalam meningkatkan Revenew Hotel pada masa pandemi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivitas. Data primer penelitian didapatkan melalui wawancara dengan pihak internal maupun eksternal Hotel Grandhika. Sedangkan, data sekunder melalui observasi serta dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan Hotel Grandhika melakukan sosial media dengan menggunakan media Instagram dan Berdasarkan paparan data dan pembahasan sesuai dengan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Implementasi Instagram Bisnis dalam meningkatkan Revenew pada bulan November – Desember 2022

Kata kunci: implementasi, instagram, bisnis, revenew, hotel

Name : Sri Wahyuningsih
NIM 44315110104
Study Program : Communication Sciences
Thesis Report Title : Implementation of Instagram Business in Increasing Revenew
Hotel Grandhika in November – December 2022
Mentor : Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom

ABSTRACT

Hotel Grandhika is a four star hotel in Indonesia, especially DKI Jakarta. During the pandemic in 2021, Hotel Grandhika still exists and is running by implementing health protocols, to get a good response from consumers. With the Covid pandemic 19 made Hotel Grandhika develop a digital marketing strategy through Instagram to implement Instagram to improve Revenew Hotel so as not to lose customers. Therefore, researchers want to know how GrandhikaHotel's Instagram social media strategy is in implementing Instagram to increaseHotel Revenew during the pandemic.

The method used in this research uses a qualitative descriptive method with a case study approach and a constructivity paradigm. Primary research data was obtained through interviews with internal and external parties at the Grandhika Hotel. Meanwhile, secondary data is through observation and documentation.

The results of this research show that Hotel Grandhika carries out social media using Instagram media and based on the data presentation and discussion in accordance with what has been described previously, it can be concluded that the implementation of Instagram Business will increase Revenew in November - December 2022.

Keywords: implementation, Instagram, business, revenew, hotel

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teori.....	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.3 Pemasaran Jasa.....	26
2.2.4 Tugas Social Media Manager / Digital Strategiest.....	26
2.2.5 Konsep Sosial Media	28
2.2.6 Pengelolaan Sosial media.....	30
2.2.7 Instagram	32
2.2.1.1 Followers (Pengikut) dan Following (Mengikuti)	33
2.2.1.2 Posting (Mengunggah) Foto/Video.....	33
2.2.1.2 Kamera dan Filter (Efek).....	33
2.2.1.3 Hastag	34

2.2.1.4	Siaran Langsung	34
2.2.1.5	Instagram TV	34
2.2.1.6	Instagram Story	34
2.2.1.3	Jejaring Sosial	34
2.2.1.4	Geotagging	34
2.2.1.5	Tanda Suka	35
2.2.1.6	Explore	35
2.2.1.7	Mention	35
2.2.1.8	Komentar	35
2.2.1.9	Instagram Reels	35
2.2.2.0	Highlighth	35
2.2.8	Implementasi	36
2.2.9	Revenew	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Paradigma Penelitian	38
3.2	Metode Penelitian	39
3.3	Subyek Penelitian	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1	Data Primer	41
3.4.2	Data Sekunder	42
3.5	Teknik Analisis Data	42
3.5.1	Reduksi Data	43
3.5.2	Penyajian Data	43
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1	Misi Perusahaan	49
4.1.2	Visi Perusahaan	49
4.1.3	Kegiatan Usaha Perusahaan	49
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan	50

4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1.	Pandemi Covid-19 2021 dan Imbas Terhadap Hotel Grandhika.....	52
4.2.2	Analisis Kompetitor.....	53
4.2.3	Posisi Loyalitas Pelanggan Terhadap Pasar	53
4.2.4	Analisis Strategi Media Sosial Instagram Hotel Grandhika	55
4.2.5	Strategi Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan renew.....	56
4.2.6	Strategi Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Implementasi	57
4.3	Pembahasan	57
4.3.1	Penerapan Strategi Sosial Media Instagram Dalam Meningkatkan Renew dan Implementasi.....	57
1.	Unggahan Foto atau Video	58
2.	Instagram Story.....	58
3.	Instagram TV	59
4.	Instagram Reels.....	59
5.	Followers	59
6.	Highlight.....	59
4.3.2	Fitur Instagram yang Telah digunakan Hotel Grandhika	59
1.	Followers	59
2.	Posting	60
3.	Hastag	60
4.	Siaran Langsung	60
5.	Instagram TV	60
6.	Instagram Story.....	60
7.	Komentar	61
8.	Instagram Reels.....	61
9.	Highlight.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran	62
5.2.1	Saran Akademis	63
5.2.2	Saran Praktis	63

DAFTAR PUSTAKA	64
1. Buku.....	64
2. Jurnal	67
LAMPIRAN	70
Pedoman Wawancara	71
Narasumber I.....	71
Narasumber II.....	71
Narasumber III	72
Narasumber IV	72
Narasumber V	73
Transkrip Wawancara	74
Narasumber I	74
Narasumber II	75
Narasumber III	76
Narasumber IV	77
Narasumber V.....	78
Daftar Riwayat Hidup	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1.1 Data Internal Google & Google Trend Data Pertumbuhan Minat pariwisata di indonesia</u>	3
<u>Gambar 1.2 Logo Hotel Grandhika</u>	4
<u>Gambar 1.3 Data Pelanggan Hotel Tahun 2020</u>	5
<u>Gambar 1.4 We Are Social dan Hotsuite13</u> Data Populasi Indonesia	7
<u>Gambar 1.5 We Are Social dan Hotsuite13</u> Data Gambaran Umum Audiens Instagram	8
<u>Gambar 1.6 Napoleon Cat15</u> Data Pengguna Instagram di Indonesia	10
<u>Gambar 2.1 Tahapan Persiapan Mengelola Media Sosial</u>	31
<u>Gambar 2.2 Kategori Perancangan konten Instagram</u>	32
<u>Gambar 4.1 Profil Instagram Hotel Grandhika</u>	48
<u>Gambar 4.2 Struktur Organisasi Hotel Grandhika</u>	51
<u>Gambar 4.3 Akun Instagram Hotel Grandhika</u>	55
<u>Gambar 4.4 Highlight Pada Story Instagram Hotel Grandhika</u>	57

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</u>	16
<u>Tabel 2.2 Okupasi Digital Strategi atau Strategi Sosial Media Manager.....</u>	27

