

**PERAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
HOTEL 101 URBAN JAKARTA THAMRIN**

LAPORAN TUGAS AKHIR



NAMA : AUDY ARDELIA

NIM : 33122010012

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

**PERAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
HOTEL 101 URBAN JAKARTA THAMRIN**

Laporan tugas akhir diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program
Studi D3 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



NAMA : AUDY ARDELIA
NIM : 33122010012

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Audy Ardelia

NIM 33122010012

Program Studi : D3 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan laporan tugas akhir ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2025

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Audy Ardelia

NIM: 33122010012

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : AUDY ARDELIA
NIM */Student id Number* : 33122010012
Program Studi */Study program* : D3 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“Peran Konten Instagram Sebagai Media Promosi Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin”
telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

11 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

9 %

Jakarta, 11 September 2025
Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana
/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Audy Ardelia
NIM : 33122010012
Program Studi : D3 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Peran Konten Instagram Sebagai Media Promosi Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin
Tanggal Sidang : 01 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ikhyandini Garindia Atristyanti, S.Mn., M.MT

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi D3 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dr. Catur Widayati, SE., MM

LPTA-08255397



Scan QR or

<https://feb.mercubuana.ac.id/document-verification/lpta/?id=LPTA-08255397> to Verification

RINGKASAN

Instagram merupakan *platform* yang memiliki jangkauan luas dan populer di kalangan pengguna internet saat ini, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi target pasar utama dari Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin. Konten yang dibagikan di akun Instagram mencakup berbagai jenis, mulai dari foto dan video fasilitas hotel, kegiatan di sekitar hotel, promosi dan penawaran spesial bagi tamu yang ingin menginap di Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin. Dengan penggunaan konten visual yang menarik, Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin berusaha membangun citra positif serta memperkenalkan berbagai aspek yang menarik terutama untuk mencari pengalaman menginap yang modern dan nyaman di Jakarta. Tujuan penulisan laporan tugas akhir yaitu untuk mengetahui peran konten Instagram sebagai media promosi Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin. Penulis menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran konten Instagram sebagai media promosi sudah cukup baik tetapi divisi *marketing communication* perlu meningkatkan tentang mengunggah konten di Instagram.

Kata kunci: *Divisi Marketing Communication, Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin, Instagram, Konten Promosi*

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir berjudul “ Peran Konten Instagram Sebagai Media Promosi Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin “ dengan lancar dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk mengikuti sidang Tugas Akhir pada Program Studi Diploma 3 Manajemen Ritel Universitas Mercu Buana. Dalam proses penyusunannya, penulis menghadapi berbagai tantangan, namun berkat bantuan dan arahan dari berbagai pihak, laporan ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama proses penyusunan laporan ini berlangsung, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ikhyandini Garindia Atrisyanti, S.Mn., M.MT selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta bimbingan yang sangat berarti selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. sebagai Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Nurul Hidayah, SE, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Catur Widayati, SE., MM. sebagai Ketua Program Studi D-III Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan dengan penuh kesabaran dan ketulusan.
6. Bapak dan Ibu bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu kelancaran proses administrasi selama penulis menempuh Pendidikan.
7. Kepada *staff Marketing Communication* Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan magang selama enam bulan.
8. Teristimewa, Ibu dan Ayah penulis yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang yang tiada henti. Tanpa restu dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan karya ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun pembaca yang membutuhkannya.

Jakarta, 25 Agustus 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN	6
D. MANFAAT LAPORAN TUGAS AKHIR	6
E. METODE PENELITIAN	7
1. Desain Penelitian	7
2. Metode Pengumpulan Data	7
3. Metode Analisis Data	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. LANDASAN TEORI	10

1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2. Pengertian Promosi.....	11
3. Pengertian Media Sosial	14
4. Pengertian Instagram	15
5. Pengertian <i>Content Marketing</i>	18
6. Pengertian Hotel	21
B. PENELITIAN TERDAHULU	23
C. KERANGKA BERPIKIR PENELITIAN	28
BAB III PEMBAHASAN	29
A. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	29
1. Profil dan Sejarah Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin.....	29
2. Visi dan Misi Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin.....	31
3. Nilai Perusahaan.....	32
4. Fasilitas Perusahaan.....	34
5. Struktur Organisasi.....	37
B. PEMBAHASAN	39
1. Pelaksanaan Magang	39
C. PERAN ANALISIS KONTEN INSTAGRAM HOTEL 101 URBAN JAKARTA THAMRIN.....	44
D. PERMASALAHAN DI HOTEL 101 URBAN JAKARTA THAMRIN	48
E. PEMECAHAN MASALAH.....	49
BAB IV PENUTUP.....	53

A. KESIMPULAN	53
B. SARAN	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Struktur Organisasi <i>Departement Marketing Communication</i>	38
Tabel 3.2 Jam Operasional Magang	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1.2 Logo Hotel 1O1 Urban Jakarta Thamrin	3
Gambar 1.3 Instagram @1o1urbanjakartathamrin.....	4
Gambar 2.1 Logo Instagram.....	17
Gambar 3.1 Hotel 1O1 Urban Jakarta Thamrin	29
Gambar 3.2 <i>Deluxe Room</i>	34
Gambar 3.3 <i>Executive Room</i>	35
Gambar 3.4 <i>Junior Suite Room</i>	35
Gambar 3.5 Kolam Renang Hotel	36
Gambar 3.6 Ruang Pertemuan Hotel.....	36
Gambar 3.7 <i>Cafe D'Artisan Bistro</i> Hotel	37
Gambar 3.8 Poster Promosi Hotel 1O1 Urban Jakarta Thamrin	40
Gambar 3.9 Penulisan <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i> Promosi Hotel 1O1 Urban Jakarta Thamrin	41
Gambar 3.10 Kolaborasi dengan <i>Influencer</i> Sebagai Media Promosi.....	42
Gambar 3.11 Penulis Merancang <i>Giveaway</i> Promosi Instagram	43

Gambar 3.12 Hasil Rancangan <i>Giveaway</i> Promosi Instagram.....	43
Gambar 3.13 Segmentasi <i>Gender</i>	45
Gambar 3.14 Segmentasi Usia	45
Gambar 3.15 <i>Targeting</i> Lokasi	46
Gambar 3.16 Postingan Instagram Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin.....	47
Gambar 3.17 <i>Content Calender</i>	50
Gambar 3.18 DM Instagram Hotel 101 Urban Jakarta Thamrin	50
Gambar 3.19 Persetujuan Postingan Instagram.....	51
Gambar 3.20 Dokumentasi pelayanan tamu, <i>event</i> , dan menu baru.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Form</i> Penilaian Magang.....	57
Lampiran 2 Sertifikat Magang.....	57
Lampiran 3 Daftar Hadir Pelaksanaan Magang Penulis.....	58
Lampiran 4 Penulis Melakukan Aktifitas Magang.....	58
Lampiran 5 Foto Bersama Divisi <i>Marketing Communication</i>	59
Lampiran 6 Foto Bersama <i>Staff</i> Hotel 1O1 Urban Jakarta Thamrin	59
Lampiran 7 Wawancara Bersama <i>Staff</i> Hotel 1O1 Urban Jakarta Thamrin.....	60

