

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN
PENGUNJUNG PADA HOTEL 101 URBAN JAKARTA PEMUDA**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Nama : Rianah Azzahra

UNIVERSITAS

NIM : 33122010009

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN
PENGUNJUNG PADA HOTEL 101 URBAN JAKARTA PEMUDA**

Laporan Tugas Akhir Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu

Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya

pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mercu Buana



Nama : Rianah Azzahra

NIM : 33122010009

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Rianah Azzahra
NIM : 33122010009
Program Studi : D3 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Pengunjung Pada Hotel 101 Urban Jakarta Pemuda
Tanggal Sidang : 02 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-08255400



Scan QR or
<https://feb.mercubuana.ac.id/document-verification/lpta/?id=LPTA-08255400> to Verification

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rianah Azzahra
NIM : 33122010009
Program Studi : D3 Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila terdapat kutipan dari karya orang lain, saya telah mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya siap menerima sanksi berupa pembatalan laporan tugas akhir ini apabila di kemudian hari terbukti melakukan tindakan plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18-08-2025



Rianah Azzahra
NIM 33122010009

**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* : RIANAH AZZAHRA

NIM */Student id Number* : 33122010009

Program Studi */Study program* : D3 Manajemen

dengan judul:

/The title:

“Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Pengunjung Pada Hotel IO1 Urban Jakarta Pemuda ”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:

/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

18 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:

and the similarity percentage obtained was:

17 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 18 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.

RINGKASAN

Di tengah perkembangan era digital, pemanfaatan media sosial telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran di industri perhotelan untuk menarik perhatian dan meningkatkan jumlah kunjungan tamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial dapat secara efektif mendorong peningkatan pengunjung di Hotel 101 Urban Jakarta Pemuda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui kegiatan magang secara langsung di Divisi *Marketing Communication*, wawancara mendalam dengan beberapa staf, serta telaah pustaka yang relevan. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa platform media sosial, khususnya Instagram, memiliki kontribusi besar dalam menjangkau calon tamu dan memperkuat interaksi dengan mereka. Untuk memaksimalkan potensi ini, dibutuhkan strategi yang lebih inovatif, seperti menciptakan konten yang melibatkan partisipasi langsung dari tamu, membuat video promosi yang informatif dan menarik secara visual, serta memanfaatkan fitur Reels dengan konten kreatif yang menghibur. Pendekatan ini terbukti mampu memperluas jangkauan audiens secara alami dan meningkatkan ketertarikan pengguna terhadap layanan hotel.

Kata kunci : Hotel 101 Urban Jakarta Pemuda, Digital marketing, *Konten Marketing*, Visibilitas Digital, Media sosial, Industri Hotel, Strategi Pemasaran.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Pengunjung pada Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda". Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D-III Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tugas Akhir ini membahas penerapan strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah kunjungan serta keterlibatan pengguna melalui berbagai platform digital, khususnya media sosial seperti Instagram sebagai salah satu sarana komunikasi, promosi, dan branding. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan kontribusi praktis bagi industri perhotelan dalam mengoptimalkan media digital sebagai alat promosi dan penguatan citra merek, seiring dengan meningkatnya tren pemasaran berbasis teknologi di era modern saat ini.

Penyusunan laporan ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan laporan ini,

terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Catur Widayati, S.E., M.M., selaku ketua Program Studi D3 Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Ikhyandini Garindia Atrisyani, S.Mn, M.MT., selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa menyempatkan waktu memberi saran yang bermanfaat demi terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
5. Kepada kedua Orang Tua tercinta, yang menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis. terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tak terukur, dan pengorbanan yang tidak pernah lelah diberikan.
6. Sahabat dan teman-teman terdekat, yang setia menemani. Terima kasih atas kehadiran kalian yang sangat membantu di tengah perjuangan menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh staf dan pembimbing di Hotel 101 Urban Jakarta Pemuda, yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman yang berharga selama masa magang.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah membekali

penulis dengan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.

9. Kepada para idola saya, yaitu Raisa, Rosé, Lisa, Jennie, dan Jisoo, dengan kehadiran mereka melalui karya-karyanya mampu memberikan energi positif, hiburan, serta ketenangan di saat penulis merasa lelah, jenuh, dan ingin menyerah. Kehadiran mereka, meski dari kejauhan, menjadi teman setia yang menemani proses ini hingga akhirnya bisa diselesaikan.
10. Lalu teruntuk diri saya sendiri, terima kasih telah berjuang dengan segala keraguan yang ada, serta mampu bertahan hingga mencapai tahap ini. Terima kasih karena tidak menyerah, meski sering merasa lelah dan dipenuhi ketidakpastian. Semangat untuk ke depannya dalam menghadapi berbagai tantangan, rintangan, dan proses kehidupan lainnya.
- Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juli 2025



Rianah Azzahra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGECEKAN PLAGIASI	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metode Penelitian	6
1. Desain Penelitian	6
2. Jenis Data	6
3. Pengumpulan Data	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Definisi Pemasaran	8
2. Pemasaran Digital	9
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11

4. Segmentasi Pasar	13
5. Content Marketing	15
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Berpikir Penelitian.....	23
BAB III GAMBARAN INSTANSI	24
A. Sejarah Umum Instansi	24
1. Profil Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda.....	24
2. Sejarah Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda.....	25
3. Visi Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda	26
4. Misi Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda	27
5. Nilai Inti Perusahaan.....	27
6. Fasilitas Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda	28
7. Fasilitas <i>Meeting Room</i> Hotel dan lainnya	30
8. Struktur Organisasi Institusi.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
1. Profil Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda.....	37
2. Sejarah Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda.....	38
3. Struktur Organisasi Institusi.....	39
B. Pembahasan.....	41
1. Pelaksanaan Magang.....	41
2. Implementasi Kegiatan Divisi <i>Marketing Communication</i> selama Pelaksanaan Magang.....	42
3. Permasalahan dalam Pelaksanaan Pemasaran Digital di Hotel 1O1 Urban Jakarta Pemuda	50
4. Pemecahan Masalah.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	56
A. Simpulan	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Jurnal Penelitian yang Relevan.....	18
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 Tampilan Halaman Depan Agoda	3
Gambar 1.3 Tampilan depan pada Website The 101	4
Gambar 1.4 Profil Instagram @101urbanjakartapemuda	4
Gambar 3.1 Hotel 101 Urban Jakarta Pemuda	24
Gambar 3.2 <i>Urban Deluxe Room Twin & Double</i>	28
Gambar 3.3 <i>Urban Executive Room</i>	29
Gambar 3.4 <i>Urban Suite Room</i>	30
Gambar 3.5 Ruang <i>Meeting Jasmine</i>	31
Gambar 3.6 Ruang <i>Meeting Grand Ballroom</i>	32
Gambar 3.7 <i>Café Komunal</i>	33
Gambar 3.8 Area Outdoor	34
Gambar 3.9 Bagan Struktur Divisi <i>Sales & Marketing</i>	35
Gambar 4.1 Logo Hotel 101 Urban Jakarta Pemuda	37
Gambar 4.2 Bagan Struktur Divisi <i>Sales & Marketing</i>	39
Gambar 4.3 Desain Promo Bulan Desember	43
Gambar 4.4 Desain <i>Launching Menu</i>	44
Gambar 4.5 Desain Promo Digital	44
Gambar 4.6 Desain Face Sheet Hotel	45
Gambar 4.7 Desain Voucher BBQ	46
Gambar 4.8 Desain Ulasan Tamu	46
Gambar 4.9 Desain Promo & Thumbnail Konten	47
Gambar 4.10 Reels Hotel 101 Urban JPM	48
Gambar 4.11 Dokumentasi Internal Hotel	48
Gambar 4.12 Desain Internal Hotel	49
Gambar 4.13 Dasbor Presentase Interaksi	50
Gambar 4.14 Dasbor Presentase Jenis Konten	51
Gambar 4.15 Arsip Cerita Instagram	52
Gambar 4.16 Konten Q&A	53
Gambar 4.17 Konten Video	54
Gambar 4.18 Konten Video dengan Konsep <i>Comedy</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Lembar Penilaian Magang	60
Lampiran 2 Ruang Kerja <i>Sales & Marketing</i>	61
Lampiran 3 Foto Bersama Karyawan Hotel 101 Urban Jakarta Pemuda	62
Lampiran 4 Foto bersama dengan <i>General Manager</i> dan karyawan Divisi <i>Sales</i> .	63

