

ABSTRAK

**TIARA.190710143.PEMANFAATAN
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA HOTEL ARTOTEL Yogyakarta.Fakultas
Ilmu Komunikasi.Universitas Mercu Buana
Yogyakarta.(Skripsi).2025.**

Teknologi, khususnya teknologi informasi dan media sosial, telah menjadi kebutuhan dasar dan alat penting dalam persaingan global, terutama dalam konteks bisnis. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, khususnya di Indonesia dengan jutaan pengguna, berfungsi sebagai media baru yang menjanjikan untuk bisnis (E-Commerce) dan promosi. Dalam industri pariwisata yang berkembang pesat di Daerah Istimewa Yogyakarta, sarana akomodasi seperti hotel menjadi kebutuhan utama. Tingginya persaingan menuntut hotel untuk meningkatkan daya tarik melalui strategi promosi yang efektif.

Hotel ARTOTEL Yogyakarta, sebuah hotel bintang 4 dengan konsep life style artistik, memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi utama. Promosi melalui Instagram dinilai efektif karena biayanya yang relatif rendah dan jangkauan yang luas, memungkinkan hotel menjangkau pasar domestik dan mancanegara serta memberikan informasi detail mengenai hotel (harga, kualitas, keistimewaan, dll.). Promosi yang berkelanjutan di Instagram penting untuk menarik perhatian, menumbuhkan minat beli, dan mempertahankan pelanggan di tengah ketatnya persaingan industri perhotelan di Yogyakarta.

Kata Kunci : Industri Perhotelan, Instagram, Media Sosial, Teknologi Informasi

ABSTRACT

**TIARA.190710143.UTILIZATION OF INSTAGRAM AS A
PROMOTIONAL MEDIUM AT ARTOTEL YOGYAKARTA, Faculty
Of Communication Science, Mercu Buana University
Yogyakarta. (Thesis). 2025**

Technology, particularly information technology and social media, has become a basic necessity and a vital tool in global competition, especially in the business context. Instagram, as one of the most popular social media platforms, particularly in Indonesia with millions of users, serves as a promising new medium for business (E-Commerce) and promotion. In the rapidly developing tourism industry in the Special Region of Yogyakarta, accommodation facilities such as hotels are a primary need. The high level of competition demands that hotels enhance their appeal through effective promotional strategies.

ARTOTEL Yogyakarta, a 4-star hotel with an artistic lifestyle concept, utilizes the social media platform Instagram as its main promotional medium. Promotion via Instagram is considered effective due to its relatively low cost and wide reach, enabling the hotel to target both domestic and international markets and provide detailed information about the hotel (price, quality, unique features, etc.). Continuous promotion on Instagram is essential for attracting attention, fostering purchase interest, and retaining customers amidst the tight competition in the hospitality industry in Yogyakarta.

Keywords: *Hospitality Industry, Instagram, Social Media, Information Technology*