



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PENGLOLAAN *INSTAGRAM* @NEOTENDEAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA HOTEL NEO TENDEAN JAKARTA



JENNY PUTRI SAMIRA
NIM 2205311011

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan Diploma III Politeknik Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Jenny Putri Samira
NIM : 2205311011
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengelolaan *Instagram* @neotendean Sebagai Media Promosi Pada Hotel Neo Tendean Jakarta

Depok, 29 Juli 2025

Koordinator Program Studi

Pembimbing

Taufik Akbar, S.E, M.S.M
NIP 198409132018031001

Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc
NIP 198801142019031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si.
NIP 198007112015041001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Jenny Putri Samira
NIM : 2205311011
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengelolaan *Instagram @neotendan* Sebagai Media Promosi Pada Hotel Neo Tendean Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 22 Juni 2025
Waktu : 11.00 – 11.50 WIB

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
TIM PENGUJI

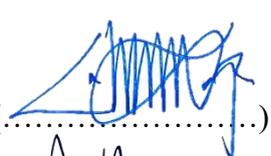
Ketua Sidang : **Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc**

NIP : 198801142019031005

(.....)

Penguji I : **Risya Zahrotul Firdaus, M.Si**

NIP : 198609082020122006

(.....)

Penguji II : **Riza Hadikusuma, M.Ag**

NIP : 197404032001121002

(.....)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul “Pengelolaan *Instagram* @neotendean Sebagai Media Promosi pada Hotel Neo Tendean Jakarta”, sesuai dengan waktu yang telah diberikan. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta.

Penyusunan laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak yang membantu penulis baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, serta penghargaan kepada berbagai pihak antara lain:

1. Dr. Syamsurizal, SE., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2021-2025.
3. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2025-2029.
4. Taufik Akbar, S.E, M.S.M, selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis.
5. Restu Jati Saputro, S.Si., M.Si, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan memberikan bimbingan, serta dukungan kepada penulis terkait penyusunan maupun penulisan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Pembimbing magang di Hotel Neo Tendean Jakarta yaitu Yuli Indah Sari selaku Sales Manager (Pembimbing Magang 1) dan Kak Annisya Rizky Abror selaku Sales Executive (Pembimbing Magang 2), serta seluruh karyawan yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang telah membimbing, memberikan ilmu,

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

serta pengalaman berharga kepada penulis selama magang berlangsung di Hotel Neo Tendean Jakarta.

8. Cinta pertama dan panutan penulis, almarhum Papa tercinta Amiruddin Ali. Terima kasih atas semua kasih sayang, doa, dan semangat yang Papa berikan selama ini. Kini penulis bisa berada di tahap ini sebagai perwujudan terakhir sebelum beliau benar-benar pergi. Meskipun pada akhirnya harus melewati perjalanan ini tanpa ditemani beliau, terima kasih untuk selalu mengajarkan tetap kuat dan sabar, hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini. Walaupun raga Papa tidak ada di sini, penulis yakin Papa juga ikut hadir untuk menyaksikan. Terima kasih banyak ya, Pa, untuk segala pelajaran hidup yang selalu Papa tanamkan sedari penulis kecil. Penulis berhasil tumbuh menjadi wanita yang kuat dan mandiri berkat didikan keras Papa. Semoga Papa tenang di sisi Allah SWT dan mendapat tempat terbaik di surga-Nya. Aamiin Allahumma Aamiin.
9. Teruntuk Mama tercinta, Elvin Monalisa, sosok yang dengan cara dan sikapnya telah membuat penulis belajar untuk menjadi pribadi yang kuat dan sabar. Meskipun tidak selalu disampaikan dengan kata-kata yang lembut, setiap ucapan beliau justru menjadi motivasi dan kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah dan tidak mudah menyerah. Terima kasih sudah melahirkan, merawat, dan membesarkan dengan penuh kasih sayang, serta atas setiap lelah dan upaya beliau yang telah diberikan tanpa henti. Semoga beliau panjang umur dan sehat selalu agar bisa terus mendampingi setiap proses hidup anak-anaknya. Penulis persembahkan tugas akhir ini dan gelar Ahli Madya (A.Md.) penulis untuk kedua orang tua penulis.
10. Teruntuk abang tercinta penulis, Nola Yasir dan Aldi Saputra serta istri dari Nola Yasir, Alma Masri, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, baik secara moril maupun materil. Terima kasih atas motivasi, doa, dan semangat yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini hingga tuntas.
11. Teruntuk sahabat penulis, Rahma Andini dan Nabilah Cahyarani Ferrisya yang memberikan dukungan dan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan magang ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Aditya Mulya. Terima kasih sudah berkontribusi banyak baik tenaga, waktu, maupun materi kepada penulis, serta memberikan semangat dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
13. Teman-teman Diploma III Administrasi Bisnis 2022, khususnya kelas AB-6A.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang senantiasa banyak membantu dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima saran serta masukan yang dapat mendukung laporan tugas akhir ini menjadi lebih baik. Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, terima kasih.

Jakarta, 18 Maret 2025

Jenny Putri Samira

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penulisan	4
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Tujuan Pemasaran	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.2 Pemasaran Digital	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran Digital	9
2.2.2 Tujuan Pemasaran Digital	9
2.2.3 Syarat dan Tahapan Pemasaran Digital	10
2.3 Promosi Digital	11
2.3.1 Pengertian Promosi Digital	11
2.3.2 Fungsi dan Tujuan Promosi Digital melalui <i>Instagram</i> ...	11
2.3.3 Strategi Promosi Digital melalui <i>Instagram</i>	12
2.3.4 Tahapan Pembuatan Video	13
2.3.5 Konten	14



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4	Media Sosial.....	15
2.4.1	Pengertian Media Sosial.....	15
2.4.2	Manfaat dan Fungsi Media Sosial.....	15
2.5	<i>Instagram</i>	17
2.5.1	Pengertian <i>Instagram</i>	17
2.5.2	Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	17
2.5.3	Strategi Pengelolaan <i>Instagram</i>	18
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	20
3.1	Sejarah Perusahaan.....	20
3.2	Logo Perusahaan	21
3.3	Visi dan Misi Perusahaan	21
3.4	Tugas dan Wewenang Perusahaan.....	22
3.5	Struktur Organisasi Perusahaan	23
3.5.1	Struktur Organisasi <i>Department</i> dan <i>Job Description</i>	24
3.6	Aktivitas Perusahaan Secara Umum	25
BAB IV	PEMBAHASAN.....	26
4.1	Proses Pembuatan Konten Promosi pada Pengelolaan <i>Instagram</i> <i>@neotendean</i> Hotel Neo Tendean Jakarta	26
4.2	Pengunggahan konten promosi pada Pengelolaan <i>Instagram</i> <i>@neotendean</i> Hotel Neo Tendean Jakarta.....	48
4.3	Evaluasi dalam Pengelolaan <i>Instagram @neotendean</i> Sebagai Media Promosi pada Hotel Neo Tendean Jakarta	56
BAB V	PENUTUP	62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA.....	64
	LAMPIRAN.....	67



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Hotel Neo Tendea Jakarta	21
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Perusahaan Hotel Neo Tendea Jakarta	24
Gambar 3.3	Struktur Organisasi Dept. <i>Sales & Marketing</i> , Hotel Neo Tendea.....	24
Gambar 4.1	Akun <i>Instagram @neotendean</i>	28
Gambar 4.2	<i>Flowchart</i> Proses Pembuatan Konten Promosi pada Pengelolaan <i>Instagram @neotendean</i>	31
Gambar 4.3	Tampilan <i>Timeline Content Planning</i> Konten <i>@neotendean</i>	32
Gambar 4.4	Pengumpulan Informasi dengan Wawancara	34
Gambar 4.5	Penentuan Konsep dalam Proses Pembuatan Konten Promosi	37
Gambar 4.6	Proses Pengambilan Gambar dan Video Konten Promosi.....	39
Gambar 4.7	Proses Sunting Gambar dan Video Konten Promosi	41
Gambar 4.8	Persetujuan Hasil Konten Promosi	44
Gambar 4.9	Revisi Sunting Gambar dan Video Konten Promosi	45
Gambar 4.10	Proses Mengunggah Konten Promosi di <i>Instagram @neotendean</i>	47
Gambar 4.11	<i>Feeds Instagram @neotendean</i>	51
Gambar 4.12	Konten Testimoni Pelanggan pada <i>Feeds Instagram @neotendean</i>	52
Gambar 4.13	Acara Musiman dan Ucapan Hari Besar pada <i>Stories Instagram @neotendean</i>	53
Gambar 4.14	Konten Promosi pada <i>Reels Instagram @neotendean</i>	55
Gambar 4.15	<i>Insights Instagram @neotendean</i>	57
Gambar 4.16	<i>Insights Account Reached Instagram @neotendean</i>	58
Gambar 4.17	Laporan <i>Insights Feeds Instagram @neotendean</i>	59
Gambar 4.18	Laporan <i>Insights Reels Instagram @neotendean</i>	59
Gambar 4.19	Peningkatan Interaksi dan Jangkauan pada Konten <i>Reels @neotendean</i>	61



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Wawancara	67
Lampiran 2	Hasil Konten Promosi pada <i>Instagram @neotendean</i>	68
Lampiran 3	Bukti Wawancara	69





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instagram termasuk dalam jajaran media sosial paling populer saat ini (Nugraha dkk., 2023:222). Penggunaannya meluas di berbagai kalangan, dengan sebagian besar masyarakat aktif memanfaatkan *Instagram* untuk mengambil dan membagikan foto, menerapkan filter digital, serta mendistribusikannya ke berbagai layanan media sosial lain, termasuk ke akun *Instagram* pribadi. Aplikasi media sosial, khususnya *Instagram*, telah menjadi salah satu fitur yang sangat disukai oleh para konsumen dalam mencari informasi dan inspirasi perjalanan terutama karena kemampuannya dalam menyajikan konten visual (foto dan video) yang imersif dan inspiratif, serta kemudahan akses melalui *smartphone*. Aplikasi media sosial *Instagram* telah menjadi penting bagi banyak strategi bisnis *modern*, termasuk dalam konteks pemasaran dan promosi. Keberadaan aplikasi media sosial *Instagram* memungkinkan industri perhotelan untuk menghadirkan layanan dan produk mereka langsung ke berbagai calon tamu. Aplikasi media sosial *Instagram* tidak hanya mempermudah akses informasi bagi calon tamu, tetapi juga menyediakan fitur interaktif yang mendukung seluruh siklus penjualan, mulai dari promosi visual, *engagement*, hingga mengarahkan calon tamu ke *platform* transaksi digital (*e-commerce*) yang umumnya terintegrasi dengan situs *web* resmi hotel atau sistem reservasi online lainnya.

Menurut Das'ad Latif dalam bukunya yang berjudul "*Media Sosial, Suatu Alternatif*" dalam Abas (2025:8) perkembangan teknologi saat ini ditandai dengan hadirnya media sosial yang menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Sebagai salah satu media jejaring sosial online yang baru, media juga berpengaruh terhadap berbagai aspek seperti jurnalisme, relasi publik, serta pemasaran. Salah satu contoh media sosial yang sedang marak digunakan saat ini yaitu media sosial *Instagram*. Dengan adanya media sosial *Instagram* yang terus berkembang, para pembisnis dapat memanfaatkannya sebagai media untuk berbisnis. Seperti halnya Hotel Neo Tendean Jakarta yang memanfaatkan dalam

pengelolaan media sosial *Instagram* sebagai salah satu media promosi untuk bertukar informasi dan komunikasi.

Media sosial, terutama *Instagram*, telah menjadi salah satu *platform* yang sangat populer dan efektif dalam pemasaran saat ini. Dalam upaya memaksimalkan perkembangan teknologi digital sebagai sarana promosi, pengelolaan *Instagram* yang efektif menjadi kunci utama. Pengelolaan *Instagram* tidak sekadar mengunggah foto atau video, tetapi juga melibatkan serangkaian kegiatan terencana mulai dari pembuatan konten yang menarik, pengunggahan konten promosi, hingga evaluasi hasil. Dengan pengelolaan yang baik, akun *Instagram* dapat menampilkan identitas merek secara konsisten, membangun daya tarik visual, dan memancing interaksi positif dengan calon tamu. Bagi Hotel Neo Tendean, pengelolaan akun *@neotendean* dengan cara yang tepat memastikan setiap unggahan informatif dan persuasif, serta mampu menarik perhatian calon tamu untuk mengenal lebih jauh atau bahkan melakukan reservasi.

Dalam dunia bisnis industri perhotelan yang kompetitif, media promosi memegang peranan penting sebagai jembatan yang menghubungkan produk atau layanan dengan calon tamu. Media promosi mencakup upaya penyampaian pesan tentang produk, jasa, atau merek kepada konsumen untuk mendukung pemasaran melalui pemberian informasi, ajakan, pengingat, dan penciptaan nilai tambah (Tasruddin, 2021:17). Berbagai jenis media promosi telah digunakan untuk tujuan ini, mulai dari media tradisional seperti televisi, radio, dan koran, hingga media digital yang semakin berkembang pesat. Di era digital ini, media promosi telah berubah secara signifikan, memungkinkan perusahaan industri perhotelan untuk menjangkau calon tamu yang lebih luas dengan cara yang lebih personal dan interaktif. Sosial media *marketing* menjadi strategi yang efektif dalam membangun dan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), melalui pemanfaatan fitur interaktif dan konten visual di *platform* digital seperti *Instagram*, *Facebook*, hingga *TikTok* (Isnawan & Riofita, 2024:43139). Memilih media promosi yang tepat sangat penting agar pesan dapat tersampaikan secara efisien kepada target pasar.

Dalam bisnis industri perhotelan, pemasaran digital telah menjadi peran penting strategi untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen. Pemasaran digital tidak hanya berbicara tentang teknologi, pada dasarnya sama seperti



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pemasaran tradisional, pemasaran digital juga berbicara tentang orang (pemasar) yang terhubung dengan orang lain (konsumen) untuk membangun hubungan dan akhirnya mendorong penjualan (Amaliyah dkk., 2022:631). Dalam pemasaran digital, media promosi memberikan kesempatan tak terbatas bagi bisnis untuk menampilkan nilai produk atau layanan mereka kepada calon pelanggan. Penyusunan strategi pemasaran yang baik membutuhkan perencanaan yang matang dan benar. Menurut Paul R. Smith dalam Amaliyah dkk. (2022:631) merumuskan enam komponen kunci dalam perencanaan komprehensif melalui model SOSTAC, yang mencakup *situation analysis, objectives, strategy, tactics, action, dan control*. Masing-masing komponen merepresentasikan tahapan dalam siklus perencanaan yang tidak dapat terpisahkan dan setiap tahapan sama pentingnya dalam perencanaan, implementasi, dan tinjauan pemasaran walaupun pada praktiknya terkadang komponen-komponen tersebut dapat tumpang tindih (Amaliyah dkk., 2022:631).

Hotel Neo Tendean Jakarta merupakan salah satu akomodasi yang berlokasi strategis di kawasan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, yang dikenal sebagai pusat bisnis dan hiburan. Sebagai bagian dari jaringan hotel *Archipelago International*, Hotel Neo Tendean menawarkan pengalaman menginap yang *modern* dan nyaman dengan fasilitas lengkap, menjadikannya pilihan menarik bagi wisatawan bisnis maupun liburan. Hotel ini secara aktif berupaya untuk terus berinovasi dalam strategi pemasarannya demi menjangkau target pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial sebagai media promosi seperti *Instagram* menjadi bagian penting dari upaya Hotel Neo Tendean Jakarta untuk menampilkan keunggulan dan daya tariknya kepada calon tamu. Melalui akun resmi mereka, Hotel Neo Tendean berusaha membangun citra positif dan berinteraksi secara langsung dengan calon tamu.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengelolaan *Instagram @neotendeandean* sebagai media promosi pada Hotel Neo Tendean Jakarta. Dengan melakukan penelitian pada pengelolaan akun *Instagram* tersebut, diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang strategi yang diterapkan dan dampaknya, yang kemudian akan dituangkan dalam laporan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tugas akhir dengan judul "**Pengelolaan *Instagram* @neotendean Sebagai Media Promosi Pada Hotel Neo Tendean Jakarta**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini mencakup hal-hal sebagai berikut:

- a. Proses pembuatan konten promosi pada pengelolaan *Instagram* @neotendean Hotel Neo Tendean Jakarta
- b. Pengunggahan konten promosi pada pengelolaan *Instagram* @neotendean Hotel Neo Tendean Jakarta
- c. Evaluasi dalam pengelolaan *Instagram* @neotendean sebagai media promosi pada Hotel Neo Tendean Jakarta

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan ruang lingkup pembahasan di atas, maka tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan proses pembuatan konten promosi pada pengelolaan *Instagram* @neotendean Hotel Neo Tendean Jakarta
- b. Untuk menjelaskan pengunggahan konten promosi pada pengelolaan *Instagram* @neotendean Hotel Neo Tendean Jakarta
- c. Untuk menjelaskan evaluasi dalam pengelolaan *Instagram* @neotendean sebagai media promosi pada Hotel Neo Tendean Jakarta

1.4 Manfaat Penulisan

Dalam pelaksanaan praktik kerja lapangan, penulis berharap tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat yaitu:

- a. Bagi penulis, tugas akhir ini memberikan pengalaman langsung dalam industri perhotelan serta dapat mengimplementasikan langsung materi maupun praktik yang telah dipelajari di perkuliahan terutama mata kuliah pemasaran, pelayanan prima, administrasi, komunikasi bisnis, aplikasi komputer, perdagangan elektronik (*E-commerce*) dan *public relations*, dengan penerapan yang mencakup pembuatan desain konten visual untuk



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

promosi hotel dan pengelolaan media sosial menggunakan *platform* digital seperti *Instagram* di Hotel Neo Tendean Jakarta. Penulis dapat memahami bagaimana perusahaan tersebut dalam mengkomunikasikan tujuannya melalui aktivitas yang dilakukan untuk kemajuan perusahaan.

- b. Bagi perusahaan, tugas akhir ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan positif berupa rekomendasi dan gagasan kreatif yang dapat bermanfaat bagi perusahaan dan lembaga lainnya yang berhubungan untuk kemajuan perkembangan perusahaan kedepannya.
- c. Bagi dunia ilmu pengetahuan, tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi fungsi sebagai salah satu sumber informasi, rujukan dan bahan referensi untuk menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi semua pihak, khususnya yang membutuhkan di bidang pendidikan dan Bisnis Perhotelan untuk mengaplikasikan tujuannya kepada publik, sehingga pembaca maupun penulis dapat memahami maksud dan tujuannya.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan informasi sebagai berikut:

- a. Observasi

Menurut Sugiyono (2020:203), observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang akan diteliti. Mengamati secara langsung peristiwa atau fenomena yang terjadi merupakan fokus penelitian pada teknik observasi. Metode observasi yang dilakukan penulis pada saat melakukan praktik kerja lapangan terhadap aktivitas dan pembuatan konten promosi pada pengelolaan *Instagram @neotendean* dan melihat cara kerja dari Aplikasi tersebut serta mencatat hal-hal yang harus diketahui dalam melakukan media promosi aplikasi tersebut.
- b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2020:114), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat membangun makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dapat

digunakan untuk mengumpulkan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti dan peneliti ingin mengetahui keterangan informasi yang didapatkan. Metode wawancara ini dilakukan penulis melalui proses wawancara seperti diskusi dan mengajukan pertanyaan langsung dengan Ibu Yuli Indah Sari selaku *Sales Manager* dan Kak Annisya Rizky Abror selaku *Sales Executive* Departemen *Sales Marketing* Hotel Neo Tendea Jakarta guna mendapatkan informasi dan data terkait tentang tugas akhir yang akan diteliti mengenai bagaimana Pengelolaan *Instagram @neotendea* sebagai media promosi pada Hotel Neo Tendea Jakarta. Daftar pertanyaan wawancara dapat dilihat pada lampiran 1.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019:314), dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental. Dokumentasi ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan juga wawancara pada penelitian. Pada penelitian ini berupa pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari dokumen baik berupa catatan, arsip, maupun hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode dokumentasi yang dilakukan penulis dalam hal ini melalui pengumpulan dokumentasi tertulis maupun pengambilan gambar dan video saat kegiatan praktek kerja lapangan berlangsung yang berkaitan dengan pengelolaan *Instagram @neotendea* sebagai media promosi pada Hotel Neo Tendea Jakarta.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan oleh penulis serta berdasarkan pengamatan yang dijalankan selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) mengenai Pengelolaan *Instagram @noetendean* Sebagai Media Promosi pada Hotel Neo Tendea Jakarta, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Tahap proses pembuatan konten promosi pada pengelolaan Instagram @neotendean Hotel Neo Tendea Jakarta dilaksanakan secara efektif oleh tim *Marcom* melalui tujuh tahapan yang terstruktur. Proses ini mencakup penyusunan *content planning* hingga pengunggahan konten promosi ke Instagram @neotendean dengan penambahan caption dan hashtag yang sesuai pedoman *Graphic Standard Manual (GSM) Archipelago Internasional*. Dalam proses pembuatan konten promosi ini melibatkan penentuan jenis konten yang bervariasi setiap harinya, baik berupa foto maupun video untuk memastikan bahwa setiap konten yang dibuat relevan secara terencana dan tepat waktu serta sesuai dengan pesan promosi yang ingin disampaikan.
- b. Tahap pengunggahan konten promosi dilakukan secara terjadwal dengan mengunggah informasi dan detail terkait topik yang dibahas hingga memanfaatkan fitur *feeds, stories, dan reels*, serta menambahkan *caption* untuk menarik minat dan mendorong reservasi. Informasi yang dibagikan melalui *Instagram* harus memberikan pesan dengan cara yang mudah dipahami oleh publik.
- c. Tahap evaluasi adalah langkah akhir dalam pengelolaan *Instagram @neotendean*, yang dilakukan setiap bulan sekali. Tim *Marcom* memanfaatkan *Instagram Insights* untuk menganalisis umpan balik publik, mengukur tingkat *engagement (like dan komentar)*, dan memastikan pesan promosi mudah dipahami. Hasil evaluasi ini menjadi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dasar untuk perbaikan strategi konten di masa depan, terutama dalam menjaga kualitas unggahan agar tetap menarik dan informatif.

5.2 Saran

Berdasarkan kendala yang dihadapi oleh Hotel Neo Tendean Jakarta khususnya bagian *Marketing Communication*, maka didapatkan kesimpulan dan saran yang nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan agar lebih efektif. Saran yang dapat disampaikan penulis terkait pengelolaan *Instagram @ditjenpothan* agar dijadikan bahan pertimbangan dan peningkatan pengelolaan adalah sebagai berikut:

- a. Pengelolaan *Instagram @neotendeand* Hotel Neo Tendean Jakarta agar lebih efektif, perlu dilakukan optimalisasi semua fitur *Instagram* termasuk *feeds* yang belum dimanfaatkan maksimal, dengan membuat konten viral dan *up to date* untuk meningkatkan *engagement*. Fitur *feeds* sebaiknya digunakan lebih efektif dengan memanfaatkan *caption* menarik dan hashtag strategis yang mencakup penjelasan keunggulan hotel serta kalimat ajakan (*call to action*) untuk mendorong interaksi langsung. Tim *Marketing Communication* juga perlu lebih tanggap dan responsif dalam menangani permintaan revisi konten dari mentor melalui koordinasi tim lebih efisien, sekaligus berinovasi menciptakan variasi konten.
- b. Hotel Neo Tendean Jakarta sebaiknya menambah sumber daya manusia (SDM) pada tim *Marketing Communication* yang memiliki keahlian khusus di bidang penyuntingan gambar dan video dengan merekrut kandidat terbaik sesuai kualifikasi yang dibutuhkan untuk bagian pengelolaan *Instagram* agar penyusunan dan penyuntingan klip-klip video dapat berjalan lebih cepat, pengembangan ide-ide kreatif yang bervariasi dari berbagai perspektif sehingga konten yang dihasilkan menjadi lebih berkualitas dan menarik secara konsisten. Dengan demikian, Hotel Neo Tendean Jakarta dalam pengelolaan *Instagram* hotel dapat menjadi lebih efektif dalam menjangkau *audiens* yang lebih luas dan membangun *brand awareness*, serta meningkatkan *engagement*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abas, S. W. W. (2025). Peran Content Creator *Instagram* dalam Branding Media Sosial di Hotel Aria Centra Surabaya. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 05(0), 7–15.
- Amaliyah, M. F., Hermani, A., & Pradhanawati, A. (2022). Kajian Perencanaan Komprehensif Digital dalam Meningkatkan Penjualan pada CV. Sahaja. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 630–640. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35875>
- Amrulloh, Y., & Dahruji. (2023). Pengaruh Harga, Label Halal dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Bakso Aci Taubat Food. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2), 682–697. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.23>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Armanto, R., & Gunarto, M. (2022). Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Penjualan Perumahan: Studi Empiris Penggunaan Iklan *Facebook* dan *Instagram*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 3(1), 45–55. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i1.626>
- Fauzi, R. D., & Safira, M. (2024). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT EBDESK Teknologi Tangerang Selatan. *Jurnal Penelitian Media Komunikasi, Universitas Pamulang*, X(X), 132–146.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sumarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Gracela, A., Cerlita, V. N., & Zulfannullah. (2022). Pengaruh Insight Media Sosial *Instagram* Terhadap Penjualan Produk Online. *Jurnal Penelitian Sistem Informasi (Jpsi)*, 6(2), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.3174/htp://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>
- Haeruddin, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jesya*, 6(1), 625–637. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962>
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(04), 37–44. <https://doi.org/10.59966/bisma.v1i04.398>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Isnawan, B. P., & Riofita, H. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 43139–43144.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada *Instagram* Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>.
- Mubasit. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Bandar Lampung: In Buku Daras IAIN Raden Intan Lampung (hal. 1–116).
- Nugraha, R. N., V, A. Y. S., & Raditia, W. (2023). Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 222–228.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, P. M., & Marlien, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Ritonga, W. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: PT. Muara Karya.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: LPPM Unilak.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: UIR PRESS.
- Suharyanuar, R. R. dan H. Purnama. (2017). *Proses Produksi Video Channel Youtube #Saaenih-Andhika Wipra (Episode Susu Kental Manis Dijadiin PomadeEmergency Pomade #4 Jangan Ditiru) Production Process Video Channel Youtube #Saaenih-Andhika Wipra (Episode Susu Kental Manis Dijadiin Pomade-Emergency Pomade #4 Jangan Ditiru*. 3131–3140. www.portalsejarah.com.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram @Humasbdg* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Tasruddin, R. (2021). Tren Media Online Sebagai Media Promosi. *Jurnal Mercusuar*, 2(1), 16–21.

Wirayanti, L. P. L. K. (2024). Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa.Co. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 282–288. <https://doi.org/10.36985/z2dbsg18>





LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

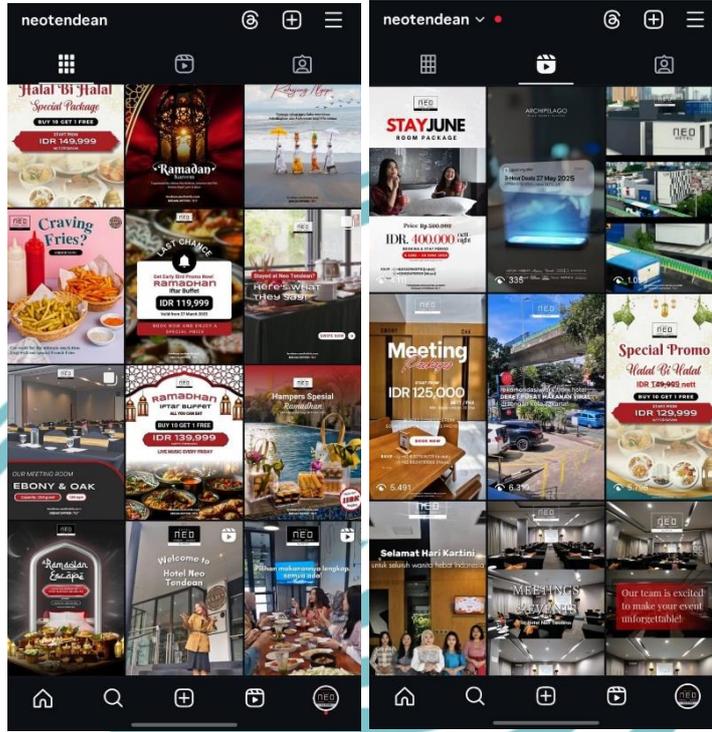
1. Bagaimana proses pembuatan pengelolaan *Instagram* @neotendean sebagai media promosi yang dilakukan oleh *Marketing Communication*, Departemen *Sales & Marketing*?
2. Bagaimana koordinasi yang dilakukan Tim *Marketing Communication* dalam pengelolaan proses pembuatan konten promosi *Instagram* @neotendean pada Hotel Neo Tendean Jakarta?
3. Bagaimana proses pelaksanaan promosi melalui *Instagram* @neotendean pada Hotel Neo Tendean Jakarta?
4. Bagaimana evaluasi dari kendala yang dihadapi terkait pengelolaan *Instagram* @neotendean sebagai media promosi?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Hasil Konten Promosi pada Instagram @neotendean



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Bukti Wawancara



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta