

SKRIPSI
MAKNA KONTEN PROMOSI HOTEL GRAND KEISHA
YOGYAKARTA

**(Analisis Deskriptif Kualitatif Konten Promosi melalui Instagram
@grandkeishahotelyogyakarta)**



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

STEVAIN DARSHAN KISLEW META JIWA

180906503

ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

MAKNA KONTEN PROMOSI HOTEL GRAND KEISHA YOGYAKARTA

(Analisis Deskriptif Kualitatif Konten Promosi melalui Instagram
@grandkeishahotelyogyakarta)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

STEVAİN DARSHAN KISLEW META JIWA

180906503

disetujui oleh:



MC Ninik Sri Rejeki, Dra., M.Si., Dr.

Dosen Pembimbing

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Makna Konten Promosi Hotel Grand Keisha Yogyakarta (Analisis Deskriptif Kualitatif Konten Promosi melalui Instagram @grandkeishahotelyogyakarta)
Penyusun : Stevain Darshan Kislew Meta Jiwa
NPM : 180906503

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Selasa, 31 Januari 2023
Pukul : 11.00
Tempat : Ruang Pendadaran I FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Ike Devi Sulistyaningtyas, S. Sos., M.Si

Penguji Utama

MC Ninik Sri Rejeki, Dra., M.Si., Dr.

Penguji I

Caecilia Santi Praharsiwi, S.I.Kom, M.A

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stevain Darshan Kislew Meta Jiwa

NPM : 180906503

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Makna Konten Promosi Hotel Grand Keisha Yogyakarta (Analisis Konten Promosi melalui Instagram @grandkeishahotelyogyakarta dengan Semiotika Ferdinand de Saussure)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 16 Januari 2023

Saya yang menyatakan,




Stevain Darshan Kislew Meta Jiwa

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji nama Tuhan Yesus atas berkat dan kasih karunia-Nya sehingga tugas akhir ini dapat selesai. Tugas akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang sudah menyertai dan memberikan kekuatan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
2. Keluarga yang paling dikasihi karena telah memberikan motivasi dan semangat dalam berbagai bentuk.
3. Pasangan yang selalu menemani dari pagi ke pagi untuk mengerjakan tugas akhir ini.
4. Dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing selama penyusunan tugas akhir.
5. Semua sahabat yang tidak bisa disebutkan satu per satu karena sudah memotivasi selama pengerjaan tugas akhir.

Filipi 4: 13

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus karena kasih-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penulisan tugas akhir yang pada akhirnya penulisan skripsi ini menghantarkan peneliti untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Melalui dinamika yang ada, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena kasih karunia dan penyertaan-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Julius Meta Jiwa, Veronica Vony Rorong, Abramovic Meta Jiwa, dan Billbuffet Meta Jiwa selaku keluarga inti yang menjadi penyemangat dalam penyelesaian skripsi.
3. Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mendampingi, membimbing, dan memberi masukan selama proses penyusunan skripsi.
4. Marvel Vigo Budi Roseanto selaku pasangan peneliti yang sudah mendukung peneliti dalam berbagai bentuk dukungan.
5. Friska, Avalia, Yesastia, Gayatri, Vicensia, Avila, dan Alexander Ryu selaku sahabat peneliti yang telah memberikan semangat kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
6. Eunike Inka, Sintia Stevani, Tanisha Adela, Yonatan Tertius, Marcell Bratha selaku teman peneliti selama di perkuliahan yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan peneliti berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para peneliti dan para pembaca.

Yogyakarta, 17 Januari 2023



Stevain Darshan Kislew Meta Jiwa

ABSTRAK

Hotel Grand Keisha Yogyakarta merupakan salah satu hotel bintang empat di Yogyakarta. Grand Keisha memiliki akun Instagram untuk media promosinya yang bernama @grandkeishahotelyogyakarta. Grand Keisha mengunggah foto-foto di akun Instagramnya mengenai fasilitas-fasilitas yang dimiliki, dari kamar hingga *ballroom*. Dalam setiap konten promosi yang diunggah pastinya ada sesuatu yang ingin disampaikan oleh Grand Keisha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna dari konten promosi yang diunggah oleh Grand Keisha.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan studi dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Peneliti melihat dan memilah konten Instagram milik akun Grand Keisha seperti apa yang akan peneliti analisis. Peneliti hanya menganalisis konten yang berhubungan dengan fasilitas yang ada di hotel seperti kamar, kolam renang, restoran, dan lain sebagainya dengan pesan verbal dan nonverbal. Peneliti menganalisis menggunakan studi deskriptif.

Foto-foto yang diunggah yaitu foto keluarga di dalam kamar, foto orang di dalam restoran, kolam renang, dan lain-lain yang dari foto-foto tersebut menunjukkan bahwa tamu tersebut merasa senang dan nyaman menggunakan fasilitas yang ada. Melalui foto-foto yang diunggah di akun @grandkeishahotelyogyakarta, Grand Keisha ingin menyampaikan makna bahwa Grand Keisha merupakan hotel yang layak untuk menjadi tempat pilihan menginap karena Grand Keisha memiliki fasilitas-fasilitas seperti kamar, kolam renang, *fitness centre*, *ballroom*, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang nyaman dan aman untuk para tamu yang mengunjungi Grand Keisha. Grand Keisha dapat menyampaikan makna yang ingin disampaikan melalui foto-foto yang diunggah di akun Instagramnya.

Kata kunci: *Makna, Konten Instagram, Promosi, Hotel, Grand Keisha*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR	9
BAB I PENDAHULUAN.....	10
A. Latar Belakang	10
B. Rumusan Masalah	20
C. Tujuan Penelitian	21
D. Manfaat Penelitian	21
1. Manfaat Akademik	21
2. Manfaat Praktis.....	21
E. Kerangka Teori.....	21
1. Makna.....	21
2. Pesan Verbal dan Nonverbal	23
3. Komunikasi Pemasaran	25
4. Promosi.....	28
5. <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	29
6. Media Sosial	30
7. Instagram	32
F. Definisi Konsep.....	34
G. Metodologi Penelitian	36
1. Jenis Penelitian	36
2. Metode Penelitian.....	37
3. Objek Penelitian	38
4. Teknik Pengumpulan Data	38

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	40
A. Gambaran Umum Hotel Grand Keisha Yogyakarta	40
B. Tujuan Promosi	40
C. Produk dan Layanan Hotel Grand Keisha Yogyakarta yang Dipromosikan di Instagram	41
D. Media Promosi Hotel Grand Keisha Yogyakarta	45
E. Sasaran Promosi Hotel Grand Keisha Yogyakarta	49
F. Kriteria Konten Instagram Grand Keisha	49
G. Proses Pembuatan Konten Instagram	50
BAB III PEMBAHASAN	51
A. Hasil Temuan Data	51
1. Konten di Kamar	51
2. Konten di Kolam Renang	55
3. Konten di Restoran	59
4. Konten tentang Pelayanan	61
5. Konten tentang Fasilitas Lain	63
B. Analisis Data	69
BAB IV PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
1. Saran Akademik	95
2. Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia.....	11
Gambar 2 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia	12
Gambar 3 Data Platform Sosmed Paling Banyak Digunakan Orang Indonesia	13
Gambar 4 Data Tingkat Hunian Kamar Hotel Bintang.....	14
Gambar 5 Feeds Instagram @grandkeishahotelyogyakarta.....	17
Gambar 6 Pigura Batik di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	18
Gambar 7 Instagram @grandkeishahotelyogyakarta.. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 8 Website Hotel Grand Keisha Yogyakarta	46
Gambar 9 Instagram Hotel Grand Keisha Yogyakarta	47
Gambar 10 Facebook Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	48
Gambar 11 Dekorasi Kamar Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	51
Gambar 12 Keluarga di Dalam Kamar Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	52
Gambar 13 Pria Pekerja di Dalam Kamar Hotel Grand Keisha Yogyakarta	53
Gambar 14 Wanita di Depan Jendela Kamar Hotel Grand Keisha Yogyakarta	54
Gambar 15 Wanita di Pinggir Kolam Renang di Hotel Grand Keisha Yogyakarta....	55
Gambar 16 Romantic Dinner di Pinggir Kolam Renang di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	56
Gambar 17 Anak-anak Bermain di Pinggir Kolam Renang di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	57
Gambar 18 Floating Dinner di Dalam Kolam Renang di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	58
Gambar 19 Melayani Memilih Menu di Restoran Hotel Grand Keisha Yogyakarta..	59
Gambar 20 Makanan di Restoran Hotel Grand Keisha Yogyakarta	60
Gambar 21 Memberikan Minum Restoran Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	61
Gambar 22 Karyawan Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	62
Gambar 23 Menikah di Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	63
Gambar 24 Fitness Center di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	64
Gambar 25 Gallery Canting di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	65
Gambar 26 Meeting Room di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	66
Gambar 27 Ballroom di Hotel Grand Keisha Yogyakarta	67