

INTISARI

Persaingan bisnis dewasa ini semakin cepat dan tajam dengan adanya sosial media. Dengan adanya sosial media semua pengusaha dapat memperkenalkan produknya kepada calon pelanggan. Industri perhotelan saat ini bergantung pada jalannya strategi pemasaran yang menarik dan kreatif untuk mempertahankan pelanggan yang udah ada, serta mencari pelanggan baru. Tim marketing dari setiap hotel menggunakan Instagram untuk melakukan *digital marketing* dengan membuat konten pemasaran yang menarik dalam menampilkan promosi dan fasilitas yang sedang ada pada hotel tersebut. ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta memiliki ciri khas dalam setiap pemasarannya dengan mengintegrasikan seni dalam setiap konten promonya. ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta juga saat ini cukup aktif melakukan promosinya melalui sosial media *instagram*, persaingan perhotelan di Yogyakarta yang meningkat sehingga menarik untuk membahas salah satunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai bagaimana *digital marketing* dapat dilakukan melalui Instagram. Kemudian menganalisis efektivitas penggunaan *instagram* dalam *digital marketing* sebagai strategi promosi di ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta serta mengevaluasi dampak dari konten pemasaran yang telah dibuat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Promosi, yaitu *Advertising*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, dan *Public Relation* untuk melihat strategi promosi yang dilakukan, Setelah itu menggunakan teori *Content Marketing* untuk menjabarkan mengenai konten yang dibuat, serta Teori *digital marketing concept* untuk mengevaluasi konten yang telah dibuat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode wawancara dan mencari data pendukung penelitian. Kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial media *instagram* berperan penting dalam mempromosikan produk perhotelan di ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta. Melalui konten yang dibuat, ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta dapat menampilkan fasilitas, layanan, dan suasana yang dirasakan sehingga mampu menarik perhatian audiens, tetapi cakupan audiensnya masih tidak luas. Penggunaan sosial media *instagram* yang dilakukan oleh ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta masih belum maksimal terutama pada saat evaluasi yang masih berorientasi pada hasil akhir.

Kata Kunci : *Digital marketing, Instagram, Content Marketing, ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta*

ABSTRACT

Business competition is currently getting tighter with the presence of social media. Through social media, all entrepreneurs can introduce their products to potential consumers. The hospitality industry now relies on attractive and creative marketing strategies to retain existing consumers and attract new consumers. Marketing teams from various hotels utilize Instagram for digital marketing by creating attractive content to showcase promotions and facilities offered by the hotel. ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta stands out in its marketing efforts by integrating art into every promotional content it creates. ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta is also actively promoting through Instagram amidst the increasingly tight competition in the hospitality sector in Yogyakarta, making it an interesting topic to discuss. This study aims to provide insight into how digital marketing can be implemented through Instagram. Furthermore, analyzing the effectiveness of using Instagram in digital marketing as a promotional strategy at ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta and evaluating the impact of the marketing content that has been created. The theories used in this study include Promotion Theory, which includes Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, and Public Relations, to examine the promotional strategies used. In addition, Content Marketing theory is used to describe the content creation process, and Digital marketing Concept theory is used to evaluate existing content. This study uses a qualitative method using interviews and supporting data collection. The results of the study were analyzed through descriptive analysis. The results of the study show that Instagram plays an important role in promoting hotel products at ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta. Through the content created, ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta can display its facilities, services, and atmosphere, so that it succeeds in attracting the attention of the audience. However, the reach of its audience is still limited. The use of Instagram by ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta has not been fully optimal, especially in the evaluation process which still focuses on the final result.

Keyword : Digital marketing, Instagram, Content Marketing, ARTOTEL Suites Bianti Yogyakarta