

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana elemen visual, linguistik, audio, dan naratif dioptimalkan dalam konten video promosi Instagram, dengan fokus pada Hotel Grand Rohan Jogja sebagai studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan Analisis Konten Multimodal (MMCA), Teori Harapan Bahasa, dan Teori Transportasi Naratif untuk memeriksa interaksi mode semiotik dalam konten. Data primer dikumpulkan dari salah satu video Instagram hotel yang dibuat bekerja sama dengan seorang influencer. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana strategi multimodal diterapkan untuk mencerminkan identitas merek, mengkomunikasikan nilai-nilai budaya, dan mendukung keterlibatan audiens dalam konteks pemasaran perhotelan berbasis syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa di era digital saat ini, Instagram telah menjadi platform penting dalam industri perhotelan Indonesia untuk branding dan kepercayaan audience dan keterlibatan audiens, terutama ketika didukung oleh strategi multimodal yang terintegrasi.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Perhotelan, Industri, Multimodal, Video Promosi

ABSTRACT

This research explores how visual, linguistic, audio, and narrative elements are optimized in Instagram promotional video content, focusing on Grand Rohan Jogja Hotel as a case study. The study employs a qualitative method using Multimodal Content Analysis (MMCA), Language Expectancy Theory, and Narrative Transportation Theory to examine the interaction of semiotic modes within the content. Primary data is collected from one of the hotel's Instagram videos created in collaboration with an influencer. This study aims to investigate how multimodal strategies are applied to reflect brand identity, communicate cultural values, and support audience engagement within the context of sharia-based hospitality marketing. The research indicates that in today's digital era, Instagram has become a vital platform in the Indonesian hospitality industry for branding, audience trust and engagement, especially when supported by integrated multimodal strategies.

Keywords: Digital Marketing, Hospitality, Industry, Multimodal, Promotional Video