

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP
BRAND AWARENESS HOTEL PAN PACIFIC JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Terapan**



Disusun oleh

MALIKA MAHARANI SALSABILA

NIM: 21700031

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN (D4)
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025**

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP
BRAND AWARENESS HOTEL PAN PACIFIC JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Terapan**



**Disusun oleh
MALIKA MAHARANI SALSABILA
NIM: 21700031**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN (D4)
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap
Brand Awareness Hotel Pan Pacific Jakarta
Penulis : Malika Maharani Salsabila
NIM : 21700031
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat tanggal 18 Juli tahun 2025.

Disahkan Oleh:
Ketua Penguji



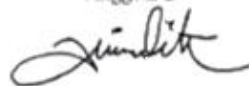
Swastono Putro Pirastyo, S. Par., M. Par.
NIP. 198804112020121008

Anggota 1



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd.,
M.M.Par
NIP. 1991104252022032012

Anggota 2



Anindita Budi Astuti, S.E., MM
NIP. 198103052008122001



Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP. 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap
Brand Awareness Hotel Pan Pacific Jakarta
Penulis : Malika Maharani Salsabila
NIM : 21700031
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 20 Juni 2025.

Dosen Pembimbing 1



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd MM.
NIP. 198605092019032011

Dosen Pembimbing 2



Anindita Budi Astuti, SE., MM.
NIP. 198103052008122001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M.
NIP. 198809082022032008

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Malika Maharani Salsabila

NIM : 21700031

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Brand Awareness Hotel
Pan Pacific Jakarta

**adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,
saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Malika Maharani Salsabila
NIM: 21700031

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Malika Maharani Salsabila
NIM : 21700031
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Brand Awareness Hotel Pan Pacific Jakarta beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20-06-2025

Yang menyatakan,



Malika Maharani Salsabila
NIM 21700031

ABSTRACT

This study investigates the influences of Instagram-based social media marketing on the brand awareness of Pan Pacific Jakarta. Using a quantitative descriptive approach, data were collected from 157 active Instagram users living in Jakarta through questionnaires. The independent variable is social media marketing (entertainment, interaction, trendiness, customizations), while the dependent variable is brand awareness (recognition, recall, choice, top of mind). Analysis with SPSS shows that Pan Pacific Jakarta's social media marketing is rated very good, and brand awareness among residents is high. A positive and significant but low correlation was found between social media marketing and brand awareness ($r = 0,222$; $p = 0,005$), indicating social media plays a role in building brand awareness, though other factors also influence consumer perception.

Keywords: *social media marketing, Instagram, brand awareness.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Social Media Marketing* melalui Instagram terhadap *brand awareness* Hotel Pan Pacific Jakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 157 pengguna aktif Instagram yang berdomisili di Jakarta. Variabel independen meliputi *Social Media Marketing* (*entertainment, interaction, trendiness, customization*), sedangkan variabel dependen adalah *brand awareness* (*recognition, recall, choice, top of mind*). Analisis menggunakan SPSS menunjukkan pemanfaatan *social media marketing* Pan Pacific Jakarta berada pada kategori sangat baik, dengan tingkat *brand awareness* responden yang tinggi. Uji korelasi rank Spearman menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan namun lemah antara *social media marketing* dan *brand awareness* ($r = 0,222$; $p = 0,005$). Hasil ini mengindikasikan media sosial berperan dalam membangun *brand awareness*, meskipun terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi persepsi konsumen.

Kata kunci: *social media marketing, Instagram, brand awareness.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap *Brand Awareness* Hotel Pan Pacific Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.Tr.Par. pada program Diploma IV (D4) Jurusan Pariwisata, Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta Tahun Akademik 2024/2025.

Penulis menyampaikan rasa teima kasih kepada orang tua yang telah mendukung penuh di setiap perkuliahan dari awal hingga akhir. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata sekaligus Dosen Pembimbing Pertama Skripsi.
4. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata
5. Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M., selaku Koordinator Program Studi
6. Anindita Budi Astuti, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing kedua Skripsi
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membimbing dan mengajari penulis dengan ilmu dan karakter selama ini
8. Putri Sri Rahmawani, selaku staf administrasi Program Studi Pengelolaan Perhotelan yang telah melayani dan mengarahkan penulis selama berkuliah di Program Studi Pengelolaan Perhotelan
9. Kepada kedua orang tua peneliti, Rico Rizal dan Natasya Mutiara D., yang selalu menjadi support system penulis selama ini. Terima kasih selalu menerima dan mendukung apapun pilihan yang sudah penulis ambil. Selalu membantu mengarahkan dan mendoakan setiap langkah penulis.
10. Terkhusus kepada Carrent Celeskia, dan Nofitasari, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas tawa, canda, memori, kasih sayang, perhatian dan kebaikan yang telah mereka bagikan kepada penulis semasa berkuliah di Polimedia. Semoga kedepannya kita masih bisa terus menyempatkan waktu untuk berbagi kisah kami lagi.
11. Kepada *Kimajola*, Peneliti mengucapkan terima kasih atas support dan pertemanan yang sudah kalian berikan selama ini terlepas dari penelitian ini.
12. Kepada Ismi Yusroh Arini, terima kasih sudah menjadi teman pertama Penulis di Kampus dan sudah menunjukkan kasih sayang dan perhatian yang luar biasa kepada penulis, ayo kita buktikan janji kita setelah lulus kuliah ini ya.

13. Kepada tim *Greenwich* dan *Airpro* terima kasih atas kesempatan bekerja disana yang meberikan hasil yang cukup untuk peneliti melakukan pembayaran UKT tiap semesternya.
14. Kepada tim *Pan Pacific Jakarta* terutama *Sales & Marketing* yang sudah menerima Penulis magang disana dan juga mempercayakan penulis untuk bekerja lagi disana sambil Penulis menyusun penelitian ini, penulis ucapkan terima kasih dan sangat bersyukur bisa dipertemukan dengan tim yang sangat hebat disana.
15. Terakhir, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sangat mendalam untuk diri penulis sendiri karena sudah bisa menyelesaikan penelitian ini, dan tinggal satu step lagi sebelum dinyatakan lulus dari bangku perkuliahan ini. Setelah perjuangan keluar masuk kampus baru akhirnya sebentar lagi akan selesai dan akan memasuki fase baru dalam hidupnya. Terima kasih telah bertahan dalam situasi yang terkadang tidak menyenangkan ini. Semoga kedepannya Penulis akan terus kuat untuk melalui berbagai badai yang akan datang nantinya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 16 Juli 2025,
Penulis,



Malika Maharani Salsabila
NIM 21700031

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Kajian Teori	9
1) <i>Social media marketing</i>	9
2) <i>Instagram</i>	13
3) <i>Brand Awareness</i>	18
4) Penelitian Sebelumnya yang Relevan	21
5) Kerangka Berpikir.....	25
6) Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel Penelitian	28
D. Definisi Operasional Variabel.....	31
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	33

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	37
G. Uji Normalitas	42
H. Teknik Analisa Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Analisis Deskriptif	50
1) <i>Social Media Marketing</i> (X)	51
2) Hasil Rekapitulasi Rata-rata <i>Social Media Marketing</i> (X)	58
3) Brand Awareness (Y).....	60
4) Hasil Rekapitulasi rata-rata Brand Awareness (Y)	69
5) Analisis Korelasi Rank Spearman.....	71
6) Uji Hipotesis	72
C. Pembahasan.....	74
D. Batasan Penelitian	83
BAB V.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Implikasi.....	86
C. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kolaborasi acara baby shower Jessica Iskandar di Pacific Lounge Pan Pacific Jakarta	2
Gambar 2 Peluncuran amenities kamar Jo Loves <i>Mango Thai Lime</i> di Pan Pacific Jakarta	3
Gambar 3 Poster Giveaway Pan Pacific Jakarta bersama Exquisite Media.....	4
Gambar 4 Media sosial paling sering dipakai di Indonesia	13
Gambar 5 Piramida <i>Brand Awareness</i>	19
Gambar 6 Dimensi <i>Brand Awareness</i>	20
Gambar 7 Kerangka Berpikir	26
Gambar 8 Postingan promosi “Double 11 Sale-bration”	76
Gambar 9 Jumlah <i>Views</i> dari postingan “Double 11 Sale-bration”	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Penelitian yang Relevan.....	21
Tabel 2 Kriteria Sampel	30
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4 Skor Sekala Likert.....	34
Tabel 5 Variabel, Sub Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran	35
Tabel 6 Hasil SPSS Uji Validitas variable Social Media Marketing (X)	38
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness (Y)	39
Tabel 8 Hasil Uji Realiabilitas <i>Social media marketing</i> (X).....	40
Tabel 9 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Brand Awareness (Y)	41
Tabel 10 Uji Normalitas.....	42
Tabel 11 Interpretasi Interval Mean Variabel	44
Tabel 12 Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 15 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 16 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	48
Tabel 17 Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikannya pada Hotel....	49
Tabel 18 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Instagram	50
Tabel 19 Konten yang diunggah oleh Pan Pacific Jakarta menarik bagi saya.....	51
Tabel 20 Informasi yang disajikan dalam konten Instagram Pan Pacific Jakarta bermanfaat.....	52
Tabel 21 Saya dapat dengan mudah berinteraksi melalui komentar atau DM dengan akun hotel.	52
Tabel 22 Akun Instagram hotel merespons komentar atau pertanyaan saya.	53
Tabel 23 Konten Instagram hotel mengikuti tren terkini.	54
Tabel 24 Akun Pan Pacific Jakarta tampil mengikuti tren dan relevan.	54
Tabel 25 Saya merasa informasi yang dibagikan di Instagram Pan Pacific <i>up to date</i>	55
Tabel 26 Saya merasa konten Instagram hotel sesuai dengan kebutuhan saya.....	56
Tabel 27 Informasi yang disampaikan relevan dengan minat saya dalam dunia perhotelan.	56
Tabel 28 Fitur seperti polling, Q&A, atau giveaway di Instagram Pan Pacific Jakarta meningkatkan ketertarikan saya terhadap brand ini.	57
Tabel 29 Hasil Mean <i>Social Media Marketing</i> (X).....	58
Tabel 30 Saya dapat membedakan Pan Pacific Jakarta dari hotel bintang lima lainnya berdasarkan konten yang mereka unggah.	61
Tabel 31 Saya mudah membedakan brand Pan Pacific Jakarta dari hotel lain melalui Instagram.....	62
Tabel 32 Saya langsung teringat Pan Pacific Jakarta ketika mendengar tentang hotel bintang lima di Jakarta.	63

Tabel 33 Saya dapat menyebutkan nama Pan Pacific Jakarta tanpa melihat referensi.	63
Tabel 34 Saya sering mengingat Pan Pacific Jakarta ketika membicarakan hotel bintang lima.....	64
Tabel 35 Saya merasa Pan Pacific Jakarta memiliki kualitas pelayanan yang baik berdasarkan informasi di media sosial.	65
Tabel 36 Konten media sosial Pan Pacific Jakarta membuat saya percaya bahwa hotel ini berkualitas tinggi.....	66
Tabel 37 Saya tertarik untuk menginap atau menggunakan fasilitas Pan Pacific Jakarta setelah melihat konten nya di Instagram.....	66
Tabel 38 Hotel Pan Pacific Jakarta adalah salah satu brand pertama yang terlintas saat saya memikirkan hotel bintang lima.	67
Tabel 39 Pan Pacific Jakarta muncul di benak saya lebih dulu dibanding kompetitor hotel bintang lima lainnya.....	68
Tabel 40 Saya akan mempertimbangkan Pan Pacific Jakarta ketika memilih hotel bintang lima di Jakarta.	68
Tabel 41 Hasil Rekapitulasi rata-rata <i>Brand Awareness</i> (Y).....	69
Tabel 42 Uji Korelasi Rank Spearman.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	89
Lampiran 2 Salinan Lembar Bimbingan TA.....	90
Lampiran 3 Dokumentasi Uji Proposal TA	92
Lampiran 4 Dokumen Pendukung Penyusunan TA.....	93
Lampiran 5 Kuesioner.....	95
Lampiran 6 Tabulasi Responden.....	98
Lampiran 7 Output SPSS	110
Lampiran 8 R. Tabel	112