

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *branding* hotel Elsotel Purwokerto melalui akun Instagram dengan menggunakan kerangka teori Computer-Mediated Communication (CMC). Fenomena yang menjadi fokus penelitian adalah tingginya jumlah *followers* akun Instagram Elsotel (elsotelpurwokerto) dibandingkan hotel-hotel sejenis meskipun hotel ini baru beroperasi 2 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis konten terhadap unggahan Instagram Elsotel, serta wawancara mendalam dengan tim pemasaran hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Elsotel berhasil membangun citra merek yang instagenik dan menarik melalui penggunaan konten visual berkualitas tinggi, interaksi yang responsif dengan pengikut, serta kolaborasi efektif dengan influencer lokal. Strategi ini diperkuat oleh pemanfaatan CMC yang memungkinkan komunikasi lebih personal dan efisien, sehingga menciptakan engagement yang tinggi dan pertumbuhan *followers* yang pesat. Studi ini memberikan wawasan mengenai pentingnya pemahaman CMC dalam mengembangkan strategi *branding* di media sosial untuk industri perhotelan.

Kata Kunci : *Branding*, Teori CMC (Computer Mediated Communication) , Instagram Elsotel Purwokerto

ABSTRACT

This research aims to analyze the Elsotel Purwokerto hotel branding strategy through its Instagram account using the Computer-Mediated Communication (CMC) theoretical framework. The phenomenon that is the focus of the research is the high number of followers of the Elsotel Instagram account (elsotelpurwokerto) compared to similar hotels even though this hotel has only been operating for 2 years. This research uses qualitative methods with content analysis of Elsotel's Instagram posts, as well as in-depth interviews with the hotel marketing team. The research results show that Hotel Elsotel has succeeded in building an instantaneous and attractive brand image through the use of high-quality visual content, responsive interaction with followers, and effective collaboration with local influencers. This strategy is strengthened by the use of CMC which enables more personal and efficient communication, thereby creating high engagement and rapid follower growth. This study provides insight into the importance of understanding CMC in developing branding strategies on social media for the hotel industry.

Keywords: Branding, CMC (Computer Mediated Communication) Theory by Walther 1966, Instagram Elsotel Purwokerto