

Optimalisasi Strategi Pemasaran Oleh Content Creator Melalui Sosial Media di Hotel Aria Centra Surabaya

¹Khusnul Fathoni, ²Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Khusnulfathoni363@gmail.com

Abstract

The increasingly rapid development of technology greatly influences the way of marketing in a business. Technology-assisted by social media makes it very easy for a business to market its business. One of the media that is very popular now is Instagram, where there are lots of features available in the application. Instagram's main function is to be able to upload activities in the form of photos and videos. Social media marketing aims at branding a business, so that it is known by many people. By building a positive image on social media you can increase the company's value. Aria Centra Hotel is a service business that uses Instagram social media as a marketing tool. However, the Instagram social media account @aria.centra is less active in branding its business, due to a lack of human resources in managing social media. This research uses qualitative methods, where data is obtained by conducting in-depth interviews. In this research, the author found the right way to use social media marketing correctly. Good use of social media helps a business in improving the company's image and value.

Keywords : Social media, Marketing, Instagram, Hotel Aria.

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat sangat mempengaruhi cara pemasaran dalam suatu usaha. Teknologi dengan dibantu media sosial sangat mempermudah suatu usaha untuk memasarkan usaha mereka. Salah satu media yang sangat populer sekarang adalah Instagram, yang dimana banyak sekali fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi tersebut. fungsi utama Instagram adalah dapat mengunggah kegiatan berupa foto maupun video. Social media marketing bertujuan branding suatu usaha, agar dikenal oleh banyak orang. Dengan membangun citra yang positif di media sosial dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hotel Aria Centra adalah suatu usaha jasa yang menggunakan media sosial Instagram sebagai alat untuk pemasaran. Akan tetapi akun media sosial Instagram @aria.centra kurang aktif dalam membranding usahanya, karena kurangnya sumber daya manusia dalam mengelola media soisal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang dimana data yang didapatkan dengan melakukan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini penulis menemukan cara yang tepat untuk menggunakan media sosial marketing dengan benar. Penggunaan media sosial yang baik sangat membantu suatu usaha dalam meningkatkan citra dan nilai perusahaan.

Kata Kunci : Sosial media, Marketing, Instagram, Hotel Aria.

PENDAHULUAN

Menurut SK Menparpostel No. KM/37/PW/304/MPPT-86, Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan, untuk

menyediakan jasa penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial.

Content creator adalah individu atau organisasi yang secara rutin memproduksi konten untuk dibagikan melalui platform digital. Adapun contoh content creator bermacam-macam mulai dari penulis blog seperti Raditya Dika, streamer YouTube seperti Windah Basudara, hingga video *content creator* seperti David ‘Gadgetin’. Umumnya, tujuan utama seorang *content creator* adalah mendapatkan penghasilan, mempromosikan produk, atau meningkatkan personal branding. (shinta, 2023). Content Creator itu sendiri diharapkan memiliki 5 *habit/kebiasaan*, yakni 1. Pemikir Kritis, 2. Pendengar yang Baik, 3. Tahu tentang Pemasaran & SEO (*Search Engine Optimalization*), 4. Berorientasi Detail, dan 5. Cerdas bermedia Sosial (malone, 2016).

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sendiri telah menjalankan program BKP MBKM, Salah satunya BKP MBKM yang melibatkan program studi ilmu komunikasi dan bekerja sama dengan Hotel Aria Centra Surabaya. Hotel Aria Centra Surabaya berkecimpung di dunia industri jasa yang menawarkan jasa pelayanan kamar, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil. Hotel Aria Centra Surabaya Terletak di pusat kota Surabaya, dekat dengan beberapa mall premium, Aria Centra Hotel menawarkan layanan pribadi pada kunjungan Anda ke Surabaya. Kamar Mewah dengan akses mudah ke pusat perbelanjaan dan tempat wisata kota, dekat dengan stasiun kereta api, kawasan pusat bisnis Surabaya, Tugu Pahlawan, dan monumen Bambu Runcing.

Minat masyarakat untuk menginap di hotel masih tergolong sedikit walaupun sudah bertahun-tahun dikampanyekan mengenai efek positif menginap di hotel seperti menambah pemasukan bagi negara melalui pajak. Terlebih lagi pada zaman sekarang dengan keadaan teknologi yang tergolong maju, masyarakat masih belum aware terhadap industri pariwisata yang ada disekitar mereka. Semakin maju perindustrian, semakin banyak produk yang dihasilkan, semakin banyak produk yang dibeli maka semakin banyak pula masyarakat yang terdorong ekonominya.

Untuk itu, diperlukan edukasi dan sosialisasi lebih lanjut kepada masyarakat mengenai dampak dan keuntungan menginap di Hotel Aria Centra Surabaya. Teknologi yang sangat mudah dicapai oleh masyarakat dari yang muda hingga yang tua adalah media, baik media massa maupun media sosial khususnya di Surabaya. Dengan adanya media, akan lebih mudah untuk mengedukasi masyarakat dimanapun mereka berada. Melalui media, masyarakat akan lebih mengetahui apa itu industri pariwisata khususnya perhotelan sehingga tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk mulai mencoba menginap di hotel sebagai sarana untuk rekreasi bersama keluarga.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pada teknik pengumpulan data, penulis melakukan wawancara mendalam, melakukan dokumentasi, serta mendapatkan berbagai literatur

dari artikel, teori, dan dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Dimana literatur itu diperoleh dari internet sebagai bahan Analisa lebih jauh pada objek penelitian.

Pada penelitian ini, penulis menjelaskan kegiatan-kegiatan dan efek yang didapat dari pengaruh media sosial untuk marketing communication di Hotel Aria Centra Surabaya. Dengan dibantu berbagai sumber untuk menjelaskan penelitian ini, penulis memfokuskan pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam, observasi secara langsung, dan melakukan dokumentasi. Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah peran media sosial yang membantu komunikasi marketing. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah Hotel Aria Centra yang berlokasi di Embong Kaliasin, Kec,Genteng, Surabaya, Jawa Timur.

Peneliti melakukan observasi terhadap kegiatan dari para *trainer* yang bekerja dan aktivitas pemasaran yang berjalan di Hotel Aria. Sementara untuk wawancara secara mendalam, tidak berstruktur, serta secara langsung kepada informan dilakukan dengan Bu Lia sebagai informan penelitian ini, yang dimana Bu Lia Merupakan Sales Manager di Hotel Aria Centra. Selain itu, wawancara mendalam juga dilakukan pada beberapa trainee yang bekerja di Hotel Aria Centra. Data yang diperoleh dari beberapa informan akan disesuaikan dengan apa yang terjadi, diamati, dan ditemukan secara langsung dilapangan.

Selanjutnya dalam penelitian ini, Peneliti akan melakukan observasi terhadap beberapa kegiatan yang berlangsung dari para trainee dan aktivitas pemasaran yang berjalan di Hotel Aria Centra sebagai upaya peningkatan *brand equity*. Peneliti juga menggunakan jenis observasi non partisipan. Sementara itu pada proses validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode triangulasi. Metode ini merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Pengecekan data yang diperoleh dari informan disesuaikan dengan fakta-fakta yang diamati dan ditemukan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bagaimana peran media sosial dalam memasarkan dan memperkenalkan usaha jasa di Hotel Aria Centra. Cara peneliti memasarkan dan memperkenalkan usaha jasa Hotel Aria Centra ialah dengan cara aktif mengunggah konten di akun Instagram @aria.centra. Unggahan konten tersebut diantaranya yaitu:

- Postingan *reels* berupa satu rangkaian video kegiatan tiap instansi yang menggunakan jasa dari Hotel Aria Centra.
- Postingan dua feed foto berupa rangkaian foto kegiatan tiap instansi yang menggunakan jasa dari Hotel Aria Centra.
- Instastory berupa video kedatangan instansi di Hotel Aria Centra.
- Instastory berupa design ucapan peringatan hari-hari tertentu, sebagai contoh ucapan hari sumpah pemuda, hari guru internasional dan lain sebagainya.

- Sorotan *instastory* yang dipilih berdasarkan jenisnya (promo, event, dll). Hal tersebut dapat membantu mensortir arsip unggahan yang telah diunggah.

Dengan adanya unggahan konten tersebut juga dapat membangun testimoni yang baik bagi Perusahaan, dikarenakan para khalayak dapat melihat betapa banyaknya instansi yang menggunakan jasa dari Hotel Aria Centra. Berdasarkan *insight* Instagram, akun @aria.centra selama periode 4 September – 4 November 2023 telah mendapatkan jangkauan 2.046 akun yang melihat unggahan konten dari akun @aria.centra dan mendapatkan jumlah interaksi 291 akun. Dengan aktifnya mengunggah konten dalam kurun waktu 60 hari (4 September – 4 November 2023) tinjauan akun @aria.centra bertambah 66.7% jika dibandingkan pada periode 4 agustus – 3 September 2023, maka dari itu dengan semakin rutin kita mengunggah konten di sosial media, semakin berkembang juga jangkauan pasar yang diraih. Selain itu, dengan adanya akun Instagram @aria.centra terdapat juga beberapa manfaat diantaranya yaitu:

1. Sebagai konten berbagai kegiatan yang dilayani oleh Hotel Aria Centra.
Pada akun sosial media Instagram @aria.centra tersedia beberapa unggahan macam-macam kegiatan yang dilayani oleh Hotel Aria Centra, seperti sesi meeting, pelatihan UMKM, dan beberapa penyajian materi.
2. Arsip dokumentasi instansi
Akun sosial media Instagram @aria.centra mengunggah 3 postingan *feed* dan 1 video *instastory* tiap instansi yang melaksanakan kegiatan di Hotel Aria Centra. 3 postingan *feed* tersebut meliputi 2 rangkaian foto pada saat kegiatan serta 1 rangkaian video kegiatan dan juga 1 video *instastory* yang berisikan video kedatangan instansi di Hotel Aria Centra.
3. Sebagai wadah *contact person*
Para calon *customer* juga dapat bertanya mengenai informasi lebih lanjut perihal Hotel Aria Centra dengan cara menyalin nomor telepon yang tertera di bio Instagram @aria.centra atau dapat juga melalui *direct message* / DM akun Instagram @aria.centra.

Hotel Aria Centra Surabaya Terletak di pusat kota Surabaya, dekat dengan beberapa mall premium, Aria Centra Hotel menawarkan layanan pribadi pada kunjungan Anda ke Surabaya. Kamar Mewah dengan akses mudah ke pusat perbelanjaan dan tempat wisata kota, dekat dengan stasiun kereta api, kawasan pusat bisnis Surabaya, Tugu Pahlawan, dan monumen Bambu Runcing.

Perkembangan komunikasi digital di era sekarang merupakan suatu arah yang menunjukkan bahwa komunikasi bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa mengenal waktu. Segala bentuk komunikasi yang dilakukan melalui media-media sekarang sangat membantu manusia dalam mencari segala informasi. Maka dari itu, suatu usaha atau perusahaan apabila tidak menggunakan komunikasi digital akan mengalami kekalahan dalam hal pemasaran.

Media digital merupakan wadah bagi suatu usaha untuk memperkenalkan produk atau segala bentuk usaha yang bisa dipasarkan ke semua masyarakat dan tentunya mencapai tujuan yang akan dicapai. Bentuk media digital juga sangat beragam, mulai dari video, games situs web, dan media sosial.

Media sosial merupakan wadah bagi usaha Hotel Aria Centra untuk memasarkan tempat mereka, dengan mengunggah hasil yang kreatif pastinya akan menarik para konsumen untuk memilih Hotel Aria Centra sebagai tempat menginap yang terpercaya. Bisa diketahui pengguna media sosial setiap hari semakin meningkat dan semua kalangan sekarang sudah memakai media sosial untuk membantu mereka mencari sebuah informasi dan berkomunikasi dengan mudah.

Cakupan yang diberikan oleh media sosial juga sangat luas, kita bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan negara lain. Oleh karena itu, dizaman sekarang usaha-usaha berlomba-lomba membuat ide-ide yang kreatif untuk memasarkan usaha mereka di media sosial, dizaman sekarang memasarkan suatu usaha tanpa media sosial pasti akan susah dan sulit dipercaya oleh konsumen.

Usaha jasa Hotel Aria Centra saat ini juga menggunakan media sosial Instagram dan TikTok untuk *branding* usaha mereka. namun yang disayangkan media sosial Hotel Aria Centra tidak terlalu aktif, karena kurangnya sumber daya manusia dalam menangani media soisial. Usaha jasa Hotel Aria Centra masih kurang dalam memasarkan usaha merek di media sosial, akun Instagram Hotel Aria Centra sendiri akan aktif apabila ada anak magang diperusahaan mereka. Hotel Aria Centra sendiri hanya akan mengunggah beberapa kegiatan di Instagram story, bukan di feed. Para admin hanya fokus pada kegiatan-kegiatan yang berlangsung tanpa melakukan dokumentasi secara menyeluruh. Seharusnya Hotel Aria Centra harus memiliki tenaga kerja yang memiliki kemampuan dalam *social media marketing*.

Dengan menggunakan *social media marketing*, usaha jasa Hotel Aria Centra nantinya pasti akan memiliki nilai branding yang tinggi dan memiliki citra yang positif. Keunggulan *social media marketing* sangat banyak, seperti:

- Memasarkan usaha di media sosial dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, bahkan memasarkan media sosial tanpa adanya batas waktu yang ditentukan.
- Penggunaan media sosial dan memasarkan suatu usaha, pengguna media sosial tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup besar bahkan bisa dilakukan secara gratis. Hanya saja pengguna harus bisa menarik konsumen dengan membuat konten-konten yang kreatif.
- Dapat diakses secara luas, pengguna media sosial dapat mengirim apapun sebagai bentuk pemasaran dalam skala nasional maupun internasional.
- Penggunaan media yang sangat mudah, dengan tampilan yang mudah para pengguna media sosial dapat menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Namun *social media marketing* juga memiliki beberapa kekurangan, seperti biasanya konsumen akan kecewa terhadap produk atau usaha apabila apa yang mereka unggah di media sosial tidak sesuai dengan aslinya dan sulitnya mempertahankan reputasi bisnis, apabila konsumen memberikan *review* yang buruk terhadap suatu produk atau usaha jasa akan menurunkan usaha tersebut dan kualitas produk atau usaha itu akan dipandang buruk. Maka dari itu, para pembisnis berlomba-lomba membangun cara memasarkan produk atau usaha mereka dengan baik.

Untuk meningkatkan nilai dan citra yang baik usaha jasa Hotel Aria Centra harus bisa menerapkan *social media marketing* dengan baik. Fitur-fitur di media sosial juga sangat bisa membantu promosi usaha Hotel Aria Centra. Dengan melakukan promosi diharapkan dapat memberikan *impact* yang positif, seperti semakin meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap usaha jasa Hotel Aria Centra. Dengan menerapkan *social media marketing*, terbukti usaha jasa Hotel Aria Centra meningkat dan dipercaya sebagai tempat pelatihan bagi siswa-siswi dari berbagai sekolah.

PENUTUP

Berdasarkan data yang telah dipaparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *social media* instagram memiliki peran yang sangat penting dalam penerapan komunikasi pemasaran di Hotel Aria Centra. Dengan adanya akun @aria.centra di Instagram, banyak khalayak massa yang mengenal Hotel Aria Centra dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk dapat mamakai pelayanan jasa dari Hotel Aria Centra. Berdasarkan data dari *insight* Instagram, akun @aria.centra setelah dikelola Dengan aktifnya mengunggah konten dalam kurun waktu 60 hari (4 September – 4 November 2023) tinjauan akun @aria.centra bertambah 66.7% jika dibandingkan pada periode 4 agustus – 3 September 2023.

DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.

NOVIASTUTI, N., & Agustina Cahyadi, D. . (2023). PERAN RESERVASI DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP TAMU DI HOTEL NOVOTEL LAMPUNG . *JURNAL NUSANTARA*, 3(1). Retrieved from <https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/nusantara/article/view/17>

Hermawan, D. (2018). *Content creator dalam kaca mata industri kreatif: Peran personal branding dalam media sosial*.

Malone, R. (2016, Juni 10). *5 Personality Traits of A Good Content Marketing Creator*. Diambil dari [smartbugmedia.com](https://www.smartbugmedia.com) : <https://www.smartbugmedia.com/blog/5-personality-traits-of-a-good-content-marketing-creator>

- Shinta, A. (2023, Maret 29) Mau Jadi Content Creator? Ini Tugas, Skill, & Kunci Suksesnya. Diambil dari dewaweb.com : https://www.dewaweb.com/blog/panduan-lengkap-content-creator/#Apa_Itu_Content_Creator
- Dicky Sumarsono, C. H. A. (2014). Dahsyatnya bisnis hotel di Indonesia. Gramedia Pustaka Utama.
- Diayudha, L. (2020). Industri perhotelan di Indonesia Pada masa pandemi Covid-19: Analisis deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1).
- Chandra, S. M., & Tielung, M. V. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan hotel Baliem Pilamo di Wamena. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Tatar, Ş. B., & Eren-Erdoğan, İ. (2016). *The effect of social media marketing on brand trust and brand loyalty for hotels. Information Technology & Tourism*, 16, 249-263.
- Cahyani, E. N., & Fitriyani, E. (2021). Analisis Instagram Sebagai Social Media Marketing Di Industri Perhotelan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 29-46.