

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta

RIZKI NURUL NUGRAHA¹; ANISA YUNI SAFIRA V²; WIDHA RADITIA³

Universitas Nasional

Jl. Sawo Manila Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12520

E-mail : raditiawidha22@gmail.com

Submit : 2022-07-28

Review : 2023-01-11

Publish : 2023-02-26

Abstract: Social media Instagram is a media can be able for promotion of a product and get an information with using various service features by social media Instagram. Hotel Teraskita Jakarta use and utilize a social media Instagram as online promotion. The Method used by the author for this study is qualitative with a technique data collection trough on the spot interview with an internal source person of Hotel Teraskita Jakarta, make observation of account social media Instagram @hotelteraskitajakarta, with study of literature and online data browsing. The research result obtained show that about social media Instagram is promotion media of benefit and get a good impression of the hotel, because this hotel can make an image of personal branding.

Keywords: *Social Media, Instagram, Promotion, Hotel Teraskita Jakarta*

Industri Perhotelan merupakan salah satu perusahaan atau bisnis usaha yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan, dan minuman serta fasilitas jasa lainnya untuk para pengunjungnya, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya membuat sebuah acara seperti pelatihan, rapat dan lainnya (R. Syahrul, 2019). Saat ini perkembangan dunia Perhotelan semakin pesat, banyaknya pesaing - pesaing baru yang memberikan fasilitas dan pelayanan yang semakin baik. Dengan adanya teknologi yang juga semakin berkembang, banyak pembisnis yang memanfaatkannya. Salah satunya media sosial online yang sedang *viral* pada masanya.

Menurut Das'ad Latif dalam bukunya yang berjudul "*Media Sosial, Suatu Alternatif*" (2021) bahwa media sosial merupakan teknologi yang berkembang pada saat ini. Sebagai salah satu media jejaring sosial online yang baru, media juga berpengaruh terhadap berbagai aspek seperti jurnalisme, relasi publik, serta pemasaran. Salah satu contoh media sosial yang sedang marak digunakan saat ini yaitu media sosial Instagram.

Pengertian Instagram menurut W. Martin dan F. M Husen (2020) adalah salah satu media sosial terpopuler yang berkembang pada saat ini. Hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial Instagram yang merupakan sebuah aplikasi yang memberikan layanan yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil dan berbagi foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial lainnya, termasuk milik pengguna Instagram itu sendiri.

Dengan adanya media sosial Instagram yang terus berkembang, para pembisnis dapat memanfaatkannya sebagai media untuk berbisnis. Seperti halnya Hotel TerasKita Jakarta yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu media promosi. Tidak hanya sebagai media promosi, Instagram @teraskitahoteljakarta dimanfaatkan sebagai media untuk bertukar informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul "*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta*".

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut ;

1. Untuk mengetahui pemanfaatan Instagram sebagai media promosi Hotel Teraskita Jakarta.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi Hotel Teraskita Jakarta dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi hotel.

Untuk mengetahui manfaat yang didapatkan dari mempromosikan Hotel Teraskita Jakarta di media sosial Instagram.

Hotel

Menurut Agus Sulastiyono di dalam bukunya yang berjudul "*Teknik dan Prosedur Divisi Kamar Pada Bidang Hotel*" dalam seri "*Management Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*" (2007:5) Definisi hotel merupakan sebuah *industry* usaha yang menyediakan layanan penginapan untuk sekelompok orang yang sedang melakukan sebuah perjalanan. *Industry* perhotelan ini dikelola oleh pemiliknya sendiri dengan menyediakan layanan seperti tempat tidur beserta fasilitasnya yang lengkap, makanan, dan minuman serta fasilitas lainnya. Saat menggunakan layanan yang disediakan hotel, seseorang tersebut harus membayar tarif yang sudah ditentukan.

Dalam buku lainnya yang ditulis oleh Sugiarto Endar dan Sri Sularti Ningrum yang berjudul "*Pengantar Akomodasi dan Restoran*" Hotel merupakan tempat yang didirikan dan dikelola langsung oleh pemiliknya dengan tujuan komersial dengan menyediakan fasilitas penginapan untuk umum. Fasilitas jasa yang disediakan berupa jasa penginapan, jasa pelayanan barang bawaan, jasa penyedia makanan dan minuman, serta jasa fasilitas lainnya.

Promosi

Fred E. Hahn dan Kenneth G. Mangun didalam bukunya yang berjudul "*Beriklan dan Berpromosi Sendiri*" (2013) yaitu upaya yang dilakukan agar sebuah produk/jasa terjual. Promosi biasanya dilakukan dengan

cara presentasi di suatu tempat atau media – media seperti televisi, internet, dan lainnya agar calon pembeli terkesan dan tertarik untuk membeli. ini dilakukan di dalam hotel dengan tujuan untuk memberitahukan produk yang ingin di promosikan serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Menurut (Rangkuti, 2009:51) Umumnya promosi yang dilakukan pada hotel harus didasari oleh tujuan sebagai berikut:

1. Modifikasi tingkah laku. Pasar adalah tempat untuk membeli dan menjual barang- barang atau produk yang dilakukan sebagai usaha untuk merubah tingkah laku yang sudah ada. Maka dari itu usaha promosi bisa mendapatkan kesan yang baik pada pelanggan tentang suatu barang atau jasa, ketertarikan, keinginan, dorongan, dan kesetiiaanya. Maka dari itu tujuan promosi media sosial instagram ini adalah untuk mengubah tingkah laku dan pendapat suatu individu ataupun pelanggan dari yang semula tidak menerima suatu produk, menjadikannya setia terhadap produk promosi tersebut.
2. Memberikan Informasi. Kegiatan Promosi ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang sebuah produk di media sosial instagram dengan Informasi terkait hotel yang dilakukan yaitu seperti harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan produk, keistimewaan, dan lain - lain.
3. Membujuk pada umumnya promosi ini kurang disenangi pelanggan. Namun pada kenyataannya, saat ini jenis promosi sudah banyak bermunculan seperti promosi di media sosial instagram tentu promosi ini dilakukan untuk memberikan pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli.

4. Mengingat, Promosi ini dilakukan untuk dikembangkan di media sosial instagram yang berkaitan dengan upaya bagaimana pelanggan dapat mengenal produk promosi tersebut, lalu dapat memahaminya dengan perubahan sikap, menyukai, dan yakin untuk membeli. Dengan promosi maka hotel berusaha untuk memperhatikan dan mempertahankan promosi yang dilakukan di media sosial instagram karena pelanggan akan bisa mengetahui dan melakukan pembelian melainkan harus berlangsung dan terus-menerus.

Media Sosial

Berdasarkan buku Rulli Nasrullah dengan judul “Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi” (2017) Media Sosial adalah suatu fenomena yang hadir karena bersamaan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Media Sosial hadir sebagai media berinteraksi dan bertukar informasi. Seiring berjalannya waktu, teknologi semakin canggih dan berkembang, dengan adanya teknologi dapat memudahkan pertukaran informasi dan teknologi juga mempermudah dalam dunia bisnis, salah satunya industri perhotelan. Media sosial merupakan jejaring sosial online yang memiliki banyak manfaat, contohnya seperti media sosial Instagram yang bermanfaat bagi para pembisnis untuk mempromosikan produknya.

Instagram

Jefferly Helianthusonfri mendefinisikan Instagram sesuai bukunya yang berjudul “Instagram Marketing Untuk Pemula” (2020) Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat terkenal dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh we are social, Instagram menempati urutan keempat yang paling sering digunakan di Indonesia setelah media sosial lainnya. Perkembangan Instagram yang begitu pesat memberikan dampak positif bagi banyak

sector salah satunya adalah sector bisnis hotel.

Dengan adanya media sosial Instagram dapat memberikan pengaruh dan manfaat bagi pelayanan hotel untuk berbagi informasi terkait promosi yang dilakukan, tidak hanya promosi saja tetapi dalam media sosial instagram juga dapat memberikan penawaran mengenai harga kamar, Event, Wedding dan lain - lainnya. Menurut (Lufthi Anggraeni,2018).

Media Sosial instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, tetapi juga menjadi media sosial yang banyak diminati. Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis.

METODE

Dalam penelitian ini penulis memilih menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian dengan berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*, yang digunakan untuk meneliti sebuah kondisi obyek yang alamiah, dimana penulis adalah sebagai instrument kunci dalam pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2016).

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data dan juga informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu dengan cara melakukan wawancara mendalam melalui narasumber *internal* (Hotel Teraskita Jakarta). Lalu, penulis juga melakukan observasi pada akun sosial media Instagram @teraskitahoteljakarta, studi *literature* dan penelusuran data *online*.

Penelitian ini ditinjau berdasarkan sosial media Instagram resmi Hotel Teraskita Jakarta. Setelah menganalisis beberapa faktor-faktor tersebut dapat dilihat bahwa media sosial Instagram merupakan

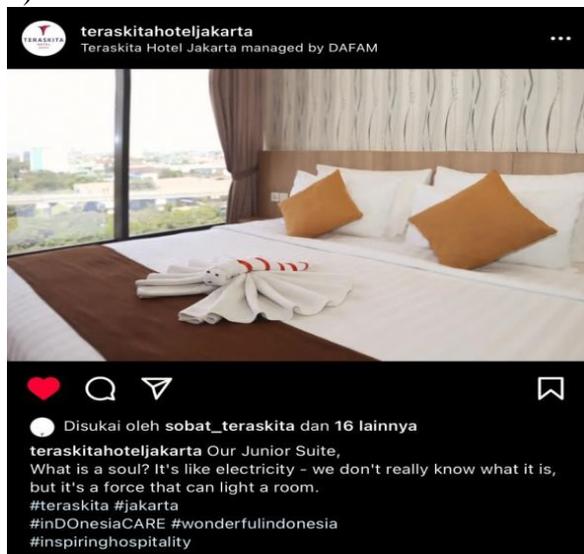
media promosi yang sangat bermanfaat bagi Hotel Teraskita Jakarta.

HASIL

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta

Menurut Julian Cummins (2013, 11) Promosi yaitu sebagai strategi atau teknik yang digunakan agar dapat mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dan dengan menggunakan biaya yang efektif, dalam hal ini juga dapat memberikan nilai tambahan pada suatu produk atau jasa yang dipromosikan baik melalui perantara atau dari pemakai langsung. Biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.

Hotel Teraskita Jakarta memanfaatkan media sosial Instagramnya @teraskitahoteljakarta dengan jumlah *followers* yang dimiliki adalah sebanyak 5,9K akun *followers* dan memiliki akun yang di-following sebanyak 150 akun per tanggal 16 Juli 2022. (Gambar 1)

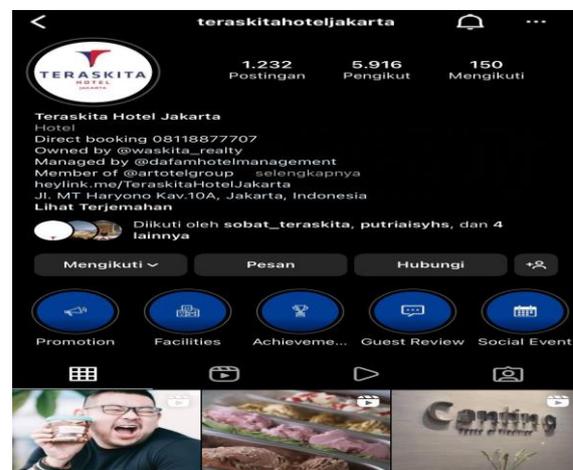


Gambar 1 Akun Instagram Hotel Teraskita Jakarta

Sumber Gambar: Instagram Hotel Teraskita 2022

Berdasarkan hasil wawancara dengan Junior Ericson selaku *Graphic Design* dan *Content Creator* Hotel Teraskita Jakarta, tujuan dari pemanfaatan media sosial Instagram Hotel Teraskita Jakarta yaitu agar seluruh pengguna akun Instagram dapat

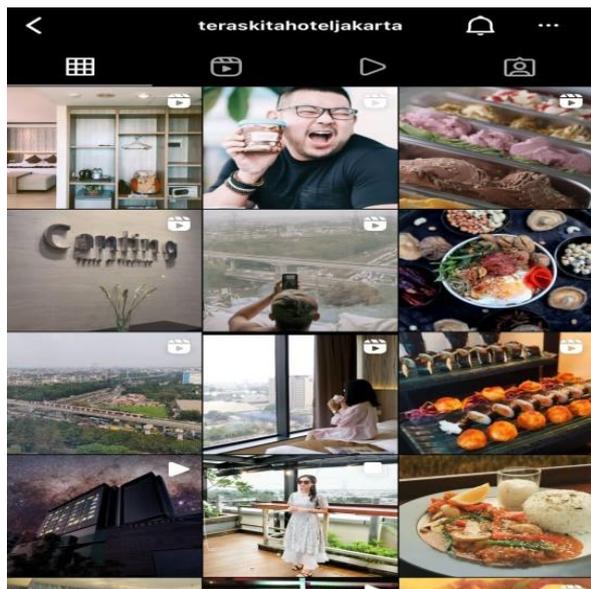
memperoleh Informasi terkini yang diberikan oleh hotel dan dapat menarik para pelanggan dengan konten - konten menarik yang dibuat oleh hotel sendiri ataupun dengan para konten kreator lainnya. Pemanfaatan *platform* media sosial Instagram Hotel Teraskita Jakarta yang pertama yaitu ; Sebagai salah satu tempat untuk memberikan Informasi dan memasarkan produk yang dimiliki seperti fasilitas lengkap yang diberikan, berbagai macam menu makanan yang tersedia (Gambar 2).



Gambar 2 Foto konten promosi Instagram Hotel Teraskita Jakarta

Sumber Gambar: Instagram Hotel Teraskita 2022

Kedua, media sosial Instagram Hotel Teraskita Jakarta dimanfaatkan sebagai tempat untuk mem- *branding* Hotel itu sendiri dalam membangun citra Hotel dan dapat menarik para pelanggan. Ketiga, media sosial Instagram juga dimanfaatkan sebagai salah satu *platform* media promosi *online* dengan memperlihatkan konten - konten yang dikemas secara menarik baik dari Hotel itu sendiri maupun dari konten kreator lainnya (Gambar 3).



Gambar 3 Foto konten promosi Instagram Hotel Teraskita Jakarta

Sumber Gambar: Instagram Hotel Teraskita 2022

PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Hotel Teraskita Jakarta Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Hotel.

Faktor - Faktor yang melatarbelakangi Hotel Teraskita Jakarta dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu *platform* media promosi *online* yaitu karena mengikuti perkembangan zaman. Banyak masyarakat yang sudah menggunakan media sosial Instagram dan lebih disukai oleh masyarakat saat ini karena, Instagram sendiri jauh lebih menarik daripada *platform* lainnya. Dengan mengakses *instagram*, dapat melihat dan menemukan segala sesuatu yang diinginkan dengan jelas, mulai dari berbagai foto, video, lokasi, dan keterangan yang ingin kita cari. Berikut dapat dilihat berbagai macam informasi yang tertera pada Instagram dan beberapa postingan dari Instagram Hotel Teraskita Jakarta dari id @teraskitahoteljakarta.

Manfaat yang Didapatkan dari Mempromosikan Hotel Teraskita Jakarta di Media Sosial Instagram.

Menurut (M. Nisrina, 2015:37) *instagram* merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk memposting foto dan video. Instagram sendiri bisa terhubung dengan facebook dan memungkinkan teman facebook itu dapat mengikuti kita dalam akun sosial media *instagram*. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto maka semakin banyak pengguna yang terjun ke ranah bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat *instagram*.

Penjelasan yang diberikan oleh Junior Ericson selaku *Graphic Design* dan *Content Creator* Hotel Teraskita Jakarta, manfaat yang didapatkan dari mempromosikan Hotel Teraskita Jakarta melalui *platform* media sosial Instagram yaitu dapat membangun citra hotel. Tidak hanya itu, dengan menggunakan media sosial Instagram tentunya sangat berpengaruh untuk hotel, karena terdapat *market segment* yang dapat menciptakan *customer experience* yang lebih baik untuk setiap pelanggan. Dengan *customer experience* yang baik, maka tingkat kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* juga akan meningkat. Sehingga dari beberapa aplikasi seperti *tiktok* maupun facebook dapat terhubung oleh media sosial Instagram agar dapat menciptakan suatu promosi yang lebih unggul.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "*Pemanfaatan instagram sebagai media promosi hotel teraskita Jakarta*", maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram ini dapat memberikan informasi terkait produk yang dimiliki seperti mempromosikan sebuah fasilitas yang lengkap dan berbagai macam menu makanan dan minuman. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan pada *platform*

media sosial Instagram hotel teraskita Jakarta sangat berpengaruh dan menguntungkan bagi Hotel.

Dengan adanya segment pasar yang tepat maka dapat meningkatkan *customer experience* lebih baik lagi bagi pelanggan. Adapun yang dikatakan oleh Junior Ericson selaku *Graphic Design* dan *Content Creator* bahwa tujuan dari pemanfaatan media sosial Instagram Teras Kita Jakarta, Bahwa seluruh pengguna akun dapat memperoleh informasi terbaru yang dilakukan pada hotel untuk menarik para pelanggan dengan menciptakan konten – konten yang menarik pada hotel teraskita Jakarta ataupun konten kreator lainnya dan dapat membangun citra Hotel sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Abigail Yuri C dan Yeni, (2020). Promosi jasa berbasis daring oleh *elsphotography* sub melalui *instagram*, Vol 1. No. 01
- Agus Sulistiyono. 2007. Teknik dan Prosedur Divisi Kamar Pada Bidang Hotel. Penerbit : ALFABETA
- Bimo Mahendra, 2017. Jurnal Visi komunikasi, Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi).
- Cendana, M. (2019). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BAGI KEBERLANGSUNGAN BISNIS UMKM. *Journal Community Development and Society*. <https://doi.org/10.25139/cds.v1i1.1649>
- Cummins, Julian. 2013. Promosi Penjualan. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Dafamhotels.com. 2016. Teraskita Hotel Jakarta. <https://www.dafamhotels.com/hotel-directory/teraskita-hotel-jakarta> (Diakses pada 15 Juli 2022)
- Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraini, 2019. *Jurnal Common*, pemanfaatan media sosial sebagai media promosi (Studi Deskriptif pada *happy go lucky house*) Volume 3 Nomor 1 | Juni.
- Hand E. Fred dan Mangun G. Kenneth. 2013. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Penerbit : PT Grasindo
- Helianthusonfri, Jefferly. 2019. *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Penerbit: Gramedia
- Instagram @teraskitahoteljakarta. 2016. <https://www.instagram.com/teraskitahoteljakarta/>
- Ir. Sugiarto Endar dan Sri Sulartiningrum. 2001. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Latif, Das'ad. 2021. *Media Sosial, Suatu Alternatif*. Penerbit : Gramedia.
- M. Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* Yogyakarta: Kobis
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Penerbit : Simbiosis Rekatama Media.
- Nina Noviasuti, Desti Agustina Cahyadi, 2020. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan)*, Peran Reservasi dalam Meningkatkan Pelayanan terhadap Tamu di Hotel Novotel Lampung, Vol.3 No.1
- Puguh Kurniawan, 2017. *Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada batik burneh*. *Kompetensi*, Vol 11, No 2.

- Purnama Hary, 2017, Promo Menarik untuk Tamu Setia Dafam Teraskita, <https://venuemagz.com/hotel/promo-menarik-untuk-tamu-setia-dafam-teraskita/> (Diakses pada 15 Juli 2022).
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Republika.co.id (2016) Hotel Dafam Teraskita Jakarta, Hotel Para Pebisnis. <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/ogzenf359> (Diakses pada 17 Juli 2022)
- Rubiyati, Muhamad Asrori, Luhur Wicaksono, 2012. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Kreativitas Belajar Pada Remaja kelas VVI.
- Sugiyono.(2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D). Penerbit CV.Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. L. ., & Nugraha, R. N. . (2018). EFFECT OF APPLICATION OF RICH MEDIA ADVERTISING ON PURCHASE DECISIONS (STUDY OF TRAVEL COMPANIES). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship (e-Journal)*, 12(2), 135–146. Retrieved from <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/39>
- Ulfa Maria, 2018, Efektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru, https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/16820/16244&ved=2ahUKEwj_vouTiP34AhWR2TgGHZH2Bq4QFnoECACQAQ&usg=AOvVaw0lstJex44VpzxX2-aM9OC1 (Diakses pada 15 Juli 2022)
- Wadesa M, M Fahmi H, 2020, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Grand Keisha, Vol 6 No.1.