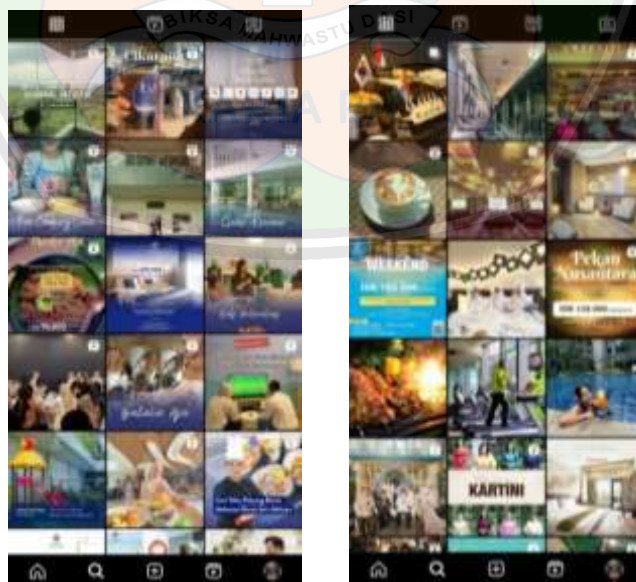


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran kini dapat dilakukan melalui berbagai macam cara dan melalui media apa saja, seperti penjualan secara langsung, melalui iklan, hingga melalui media sosial. Salah satu media sosial yang ramai digunakan sebagai media pemasaran adalah instagram. Seperti yang dilakukan oleh Sunerra Antero Hotel Jababeka, menggunakan instagram sebagai salah satu media pemasaran guna dapat menjangkau calon pelanggan lebih luas lagi. Berdiri sejak tahun 2016, Sunerra Antero Hotel Jababeka merupakan salah satu hotel bintang 4 yang mengusung konsep unik dan kemewahan modern yang mewah (Sunerra, 2023). Tidak hanya Sunerra Antero, kawasan Jababeka memiliki hotel bintang 4 lain, salah satunya adalah Holiday Inn Cikarang Jababeka. Serupa dengan Sunerra Antero Jababeka, Holiday Inn berdiri sejak 2016 dan cabang hotel ke-6 dengan brand Holiday Inn dibawah InterContinental Hotels Group (IHG) (Muzakir, 2016). Bergerak di industri perhotelan, kedua hotel tersebut memiliki produk khas yang dipasarkan yaitu akomodasi dan jasa pelayanan kepada pelanggan.



Gambar 1.1 Laman *feeds* Instagram Sunerra Antero Jababeka dan Holiday Inn Jababeka

Sumber: @sunerraantero dan @holidayinncikarangjababeka (2023)

Gambar di atas merupakan tampilan *feeds* instagram Sunerra Antero Jababeka dan Holiday Inn Jababeka pada Mei 2023. Saat ini, Sunerra Antero menempati posisi ke-3 berdasarkan jumlah pengikut instagram sebagai hotel bintang 4 yang diketahui dan diminati masyarakat. Sementara, Holiday Inn Jababeka menempati posisi pertama berdasarkan jumlah pengikut instagram sebagai hotel yang paling diketahui dan diminati masyarakat. Jika dilihat sekilas tampilan *feeds* kedua instagram tersebut memiliki jenis konten yang serupa, seperti mengenalkan makanan yang ada di restoran, mengenalkan fasilitas yang tersedia di masing-masing hotel. Namun, secara penempatan jenis konten, jenis produk yang dikenalkan, hingga fasilitas keduanya sangat berbeda. Sebagai contoh, pada *feeds* @sunerraantero lebih banyak memposting konten tentang ulasan pelanggan yang telah menginap atau menggunakan fasilitas Sunerra Antero Jababeka dibandingkan konten mengenai produk-produk hotel. Sementara pada *feeds* @holidayinnjababeka lebih banyak memposting konten tentang produk dan fasilitas hotel, mulai dari harga hingga jenis makanan yang tersedia, sehingga informasi tersebut menjadi informasi yang paling pertama diketahui ketika membuka laman instagram hotel tersebut.

Pemasaran digital yang dilakukan melalui instagram memiliki keutamaan yaitu pada konten yang tersaji dengan tujuan untuk menyampaikan sebuah informasi tertentu. Oleh karena itu, sebagai langkah awal pemasaran digital melalui instagram, pekerja pemasar harus kreatif dan teliti dalam membuat konten pemasaran. Alasan pemilihan instagram sebagai media pemasaran karena zaman semakin berkembang, sumber informasi mudah didapatkan melalui digital yang didukung oleh perangkat teknologi seperti gawai dan memerlukan sinyal internet untuk dapat mengaksesnya. Menurut penelitian, jumlah rata-rata waktu yang dihabiskan seseorang untuk gawai per hari melonjak, dari 15 menit pada 2008 menjadi 2 jam dan 48 menit pada 2015 (Jackson et al, 2013; dalam Sari & Basit, 2020). Transformasi digital dalam komunikasi semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi, karena melalui internet beragam informasi bisa didapatkan dalam satu waktu. Pesatnya pertumbuhan dunia teknologi dan informasi saat ini, menjadikan

internet sebagai alat komunikasi yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hadirnya internet juga menjadi sebab berubahnya sistem komunikasi konvensional menjadi komunikasi yang serba digital dan modern (Rizqy & Rahardjo, 2023). Perkembangan pesat teknologi informasi beriringan dengan meningkatnya jumlah perilaku penggunaan internet, hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2022 menunjukkan persentase tingkat penggunaan internet sebanyak 77 persen dibandingkan pada 2020 sebanyak 73,70 persen (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022).

Tahun ke tahun penggunaan internet semakin dibutuhkan untuk menunjang berbagai kebutuhan masyarakat, mulai dari kebutuhan pokok, kebutuhan pendidikan, hingga pekerjaan. Salah satu bukti dari perkembangan internet yang pesat adalah hadirnya berbagai macam aplikasi media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan sebagainya. Media sosial menjadi alat komunikasi yang banyak diminati karena memiliki fungsi utama sebagai media komunikasi, bertukar informasi, serta dapat terhubung dengan sesama pengguna lainnya. Hasil survei yang dilakukan oleh APJII pada 2022, yaitu terkait perilaku penggunaan internet pada 2022 adalah sebanyak 89,15 persen pengguna internet aktif mengakses media sosial (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Lebih lanjut, data dari Hootsuite pada 2023 secara global menunjukkan bahwa terdapat 4,76 miliar pengguna media sosial atau setara 59,4 persen dari total populasi dunia, dan rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia adalah 3 jam 18 menit per hari (Riyanto, 2023).

Kini media sosial memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, karena penyebaran informasinya yang efisien dan efektif, dengan memiliki pola penyebaran informasi yang semula dari satu ke banyak khalayak menjadi dari banyak khalayak ke banyak khalayak (Zuhri & Christiani, 2019). Salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan dari hadirnya media sosial adalah menjadikan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran bagi dunia industri dan bisnis. Menurut Morissan (2010) komunikasi pemasaran merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan pemasaran dan promosi

perusahaan dapat menghasilkan citra yang bersifat konsisten bagi konsumen (Nanda, 2021). Adapun menurut Tjiptono (2011) komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi, dan mengingatkan sasaran pasar atas perusahaan dan produknya supaya bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Media sosial melibatkan beragam rangkaian informasi, kegiatan foto, *blog*, dan sebagainya yang memungkinkan akan memberikan umpan balik sehingga pekerja pemasaran dapat mengetahui tanggapan atas hal-hal yang dipublikasikan pada media sosial tersebut (Priansa, 2017). Selain itu, media sosial dapat membantu pekerja pemasaran untuk mencari target pasar, memperluas jangkauan pasar, memperluas merek, dan mencari tahu tentang pesaing (Nanda, 2021). Media sosial populer diantaranya, yaitu YouTube yang memiliki konten utama dengan format video, Twitter yang memiliki konten utama berupa teks, dan Facebook yang memiliki konten utama berupa teks. Untuk menjadi media pemasaran, sebuah media sosial yang dipilih harus memiliki semua fitur lengkap pemasaran, seperti konten foto, video, komentar, iklan, sorotan cerita, siaran langsung, dll. Oleh karena itu, salah satu media sosial yang kini banyak digunakan sebagai media pemasaran adalah instagram, karena kelengkapan fitur yang dapat membuat aktifitas pemasaran lebih efektif.

Data *wearesocial.com* pada 2022 menunjukkan bahwa instagram menempati peringkat ke-4 sebagai media sosial yang paling banyak memiliki pengguna aktif di dunia (Social, 2022). Sementara data Hootsuite di Indonesia pada 2023 menunjukkan instagram menempati peringkat ke-2 sebagai media sosial yang paling banyak digunakan dengan persentase sebanyak 86,5 persen dari total populasi masyarakat Indonesia (Riyanto, 2023). Instagram dipilih menjadi media sosial yang banyak digunakan sebagai media pemasaran, karena memiliki potensi untuk membuat pasar yang sangat besar, luas dan cepat. Data portal Hootsuite pada 2021 menyebutkan bahwa instagram menempati posisi pertama sebagai aplikasi media sosial paling efektif untuk mempromosikan bisnis. Selain itu, berdasarkan hasil survei menunjukkan

bahwa instagram memiliki penetrasi tinggi langsung ke pasar bisnis sebesar 70 persen (Aryani & Murtiariyati, 2022). Dengan hal ini, tidak dapat dipungkiri bahwa instagram merupakan salah satu media pemasaran yang paling efektif dan efisien secara waktu untuk menarik ketertarikan pelanggan. Pemasaran melalui media sosial dapat disebut juga sebagai pemasaran digital (*digital marketing*).

Digital *marketing* merupakan pemasaran yang dilakukan menggunakan internet (Muljono, 2019). Lebih lanjut, digital *marketing* adalah praktik *marketing* berdasarkan *direct marketing* yang memerlukan basis data konsumen untuk melacak dan mengukur respons dari konsumen (Aryanto & Wismantoro, 2020). Digital *marketing* dapat diterapkan pada perusahaan dengan bisnis atau industri apapun, namun setiap perusahaan tidak akan menerapkan digital *marketing* yang sama. Jika perusahaan yang menerapkan digital *marketing* untuk B2B (*Business to business*), maka upaya yang dilakukan akan fokus pada kegiatan online, dengan tujuan akhir agar calon pelanggan dapat berbicara dengan pekerja pemasaran. Sementara perusahaan yang menerapkan digital *marketing* untuk B2C (*Business to consumer*), maka akan tergantung pada produk perusahaan tersebut, dengan tujuan akhir supaya calon pelanggan tertarik, membuka website perusahaan dan membeli produk tersebut tanpa harus berbicara dengan pekerja pemasaran (Elistia, 2020). Jadi pemasaran melalui media sosial dapat dikatakan cocok untuk perusahaan dengan B2C karena media sosial terhubung secara online serta dapat menghubungkan calon pelanggan dengan pekerja pemasaran tanpa harus berkomunikasi secara langsung.

Media sosial instagram menarik perhatian penggunanya karena beragam konten yang tersedia. Instagram memiliki rangkaian bentuk informasi, mulai dari foto, video singkat, video panjang (*reels*), sorotan cerita, siaran langsung, dan iklan serta dilengkapi dengan fitur komentar, menyukai, teks pelengkap postingan, tagar (*hashtags*), beranda pencarian, dan tag lokasi (Rifaldi, 2020). Berbagai bidang industri dan bisnis telah memanfaatkan instagram sebagai media pemasaran, mulai dari industri makanan, produk minuman, produk barang dan jasa, hingga jasa pelayanan kepada masyarakat seperti bidang

akomodasi. Adapun bidang industri pariwisata yang paling umum menggunakan instagram sebagai media pemasaran dan menghasilkan dampak positif. Serupa dengan penelitian ini yang membahas konten pada instagram sebagai media pemasaran digital, dalam jurnalnya Lantif (2019) membahas mengenai pariwisata di Kota Malang yang melakukan promosi melalui instagram dengan membagikan foto, video, dan informasi seputar wisata lokal Kota Malang.

Akibat penyebaran informasi melalui instagram, lokasi-lokasi wisata yang sebelumnya tidak banyak diketahui masyarakat lokal, kini dapat tersebar secara luas dan diketahui oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara (Teguh & Ciawati, 2020). Untuk mendukung industri pariwisata, industri perhotelan hadir sebagai penyedia jasa pelayanan dan penyewaan kamar beserta fasilitas lainnya, seperti makanan, minuman, olahraga, dsb. Sesuai dengan pembahasan oleh Hassan (2018) bahwa hadirnya industri perhotelan sangat penting sebagai penunjang dalam mempertahankan stabilitas pariwisata di berbagai belahan dunia. Oleh karena itu, setiap industri perhotelan harus menyusun strategi pemasaran guna dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dengan memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan (Cahyani et al., 2021). Melansir dari *traveloka.com* jenis hotel berdasarkan lokasi tidak hanya berada di daerah pariwisata saja, tetapi terdapat di beberapa daerah, meliputi perkotaan, kawasan bisnis dan pusat keramaian, kawasan perdagangan dan perbelanjaan, di jalan penghubung antar kota, hingga kawasan pemukiman yang jauh dari pusat keramaian (Yohannes, 2020).

Setelah daerah pariwisata, kawasan industri dan bisnis menjadi kawasan utama yang perlu berkembang bersama dengan adanya industri perhotelan guna menunjang operasional kawasan tersebut. Salah satu kawasan industri dan bisnis yang memiliki industri perhotelan adalah kawasan Jababeka Cikarang, Kab. Bekasi, Jawa Barat. Kawasan Jababeka merupakan kawasan industri terbuka pertama di Indonesia yang tercatat di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya sejak tahun 1994. Berada di bawah naungan PT Jababeka Tbk, kawasan Jababeka menjadi kawasan industri mandiri yang kini telah

mempunyai sekitar 1.650 perusahaan nasional dan multinasional dari 30 negara dan telah mempekerjakan lebih dari 700 ribu pekerja dan lebih dari 4 ribu ekspatriat (Jababeka, 2019). Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi pada Agustus 2021, hotel dan akomodasi lain yang terdata adalah sebanyak 13 hotel (Bekasi, 2021).

Layaknya industri pariwisata yang berkolaborasi dengan pihak ketiga, industri perhotelan juga berkolaborasi dengan pihak ketiga sebagai penyedia layanan jasa akomodasi, yaitu aplikasi-aplikasi yang memberikan dan memfasilitasi atas informasi seputar perjalanan (*traveling*). Data yang tercatat pada website *traveling* Agoda, hotel populer di Cikarang adalah sebanyak lebih dari 30 hotel, mulai dari hotel bintang 2 sampai bintang 5 (Agoda, 2023). Sementara dalam website resmi *traveloka.com*, hotel bintang 4 yang terdaftar bekerja sama dengan Traveloka sebanyak 16 hotel, termasuk wilayah Cikarang Pusat, Cikarang Selatan, dan Cikarang Utara (Traveloka, 2023). Berikut data periode April 2023 mengenai daftar hotel bintang 4 di kawasan Jababeka Cikarang beserta dengan jumlah pengikut pada akun instagram masing-masing hotel:

Tabel 1.1 Daftar Hotel bintang 4 di Jababeka Cikarang

Hotel	Akun Instagram	Jumlah Pengikut Instagram
Holiday Inn Cikarang Jababeka	holidayinncikarangjababeka	7.215
Nuanza Hotel and Convention Cikarang	nuanzahotelconvention	5.649
Sunerra Antero Hotel Jababeka	sunerraantero	4.697
Grand Zuri Cikarang Jababeka	grandzurijababekabyzhm	4.455
Java Palace Hotel	javapalace	1946
Graha Makara Suite Hotel & Residence	grahamakarasuite	352

Sumber: @holidayinncikarangjababeka, @nuanzahotelconvention, @sunerraantero, @grandzurijababekabyzhm, @javapalace, @grahamakarasuite (2023)

Berdasarkan tabel diatas peneliti akan meneliti pemanfaatan media sosial instagram oleh Sunerra Antero Hotel Jababeka menggunakan konsep pemasaran digital (*digital marketing*). Sunerra Antero Hotel Jababeka

memiliki akun instagram dengan nama @sunerraantero, hadir sejak April 2016 kini instagram Sunerra Antero Hotel sudah memiliki pengikut sebanyak 4.697 dengan 161 postingan. Dalam instagramnya tersedia berbagai informasi mengenai hotel seperti alamat, berbagai kontak yang dapat dihubungi oleh pelanggan, promo hotel, fasilitas hotel, 8estimony hotel, dan berbagai informasi lain. Jenis konten yang ada pada instagram @sunerraantero pun beragam, mulai dari pengenalan berbagai fasilitas hotel lengkap dengan aktivitas yang dapat dilakukan pada waktu tertentu, jenis tipe kamar beserta harganya, promo makanan yang ada di restoran hotel, hingga testimoni pelanggan yang telah menggunakan fasilitas Sunerra Antero Hotel dengan berbagai format konten seperti foto, video pendek, video berdurasi lebih dari 1 menit (*reels*), dan sorotan cerita.

Bergerak di industri jasa perhotelan, Sunerra Antero Jababeka penting untuk menciptakan dan menjaga citra hotel dengan baik dibenak pelanggan supaya pelanggan merasa puas dan memiliki kesan luar biasa dengan hotel tersebut. Salah satu citra yang sangat diperhatikan oleh pelanggan adalah fasilitas kamar dan pelayanan karyawan. Kedua poin ini dapat disebut sebagai bentuk fisik (*physical evidence*) dari sebuah hotel, artinya suatu hal yang secara nyata akan memberikan kepuasan kepada pelanggan apabila pelanggan membeli dan menggunakan jasa yang ditawarkan (Widokarti & Priansa, 2019). Dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.2 Pelayanan Petugas Front Office Hotel Sunerra Antero Jababeka
Sumber: booking.com (2023)

Pada gambar diatas tergambarkan bahwa seorang petugas *front office* Sunerra Antero Jababeka yang memberikan pelayanan dengan ramah disertai dengan ekspresi senyuman yang sesuai sebagai karyawan penyedia jasa bagi

pelanggan. Tindakan ini merupakan bentuk fisik (*physical evidence*) yang sangat berpengaruh pada kesan pertama bagi pelanggan, jika karyawan hotel memberikan pelayanan bagus dan berkesan maka pelanggan juga akan merasa terkesan dengan pelayanannya dan nyaman untuk menginap di Sunerra Antero Jababeka.



Gambar 1.3 Fasilitas kamar Hotel Sunerra Antero Jababeka

Sumber: sunerra.com (2023)

Selanjutnya, bentuk fisik (*physical evidence*) yang juga memengaruhi citra hotel adalah fasilitas kamar yang tersedia. Semua yang terlihat dan tersedia di dalam kamar akan memengaruhi penilaian dan kepuasan tersendiri bagi pelanggan, seperti kebersihan kamar, kerapian kamar, perlengkapan untuk makan atau minum, kelengkapan alat dan keperluan untuk mandi, dsb. Apabila setiap sisi fasilitas yang tersedia dalam kamar diperhatikan dengan baik, maka pelanggan juga akan merasa puas untuk menginap di kamar tersebut. Dengan aman dan nyaman menikmati fasilitas yang tersedia dalam kamar hotel juga dapat memengaruhi pandangan pelanggan terhadap citra hotel. Oleh karena itu, sebagai penyedia jasa bagi industri perhotelan sangat penting untuk menjaga produk atau layanan dalam bentuk fisik (*physical evidence*) ini guna mempertahankan dan menarik perhatian pelanggan dan calon pelanggan.

Jika diamati, konten yang tersedia pada instagram @sunerraantero hotel terlihat sangat menarik karena pemilihan objek foto atau video yang dirasa pas dan jelas dalam menyampaikan maksud dari konten tersebut, serta pemilihan warna yang tidak terlalu kontras, yaitu menggunakan warna biru gelap yang merupakan warna ciri khas Sunerra Antero Hotel sekaligus warna yang digunakan pada logo hotel tersebut.

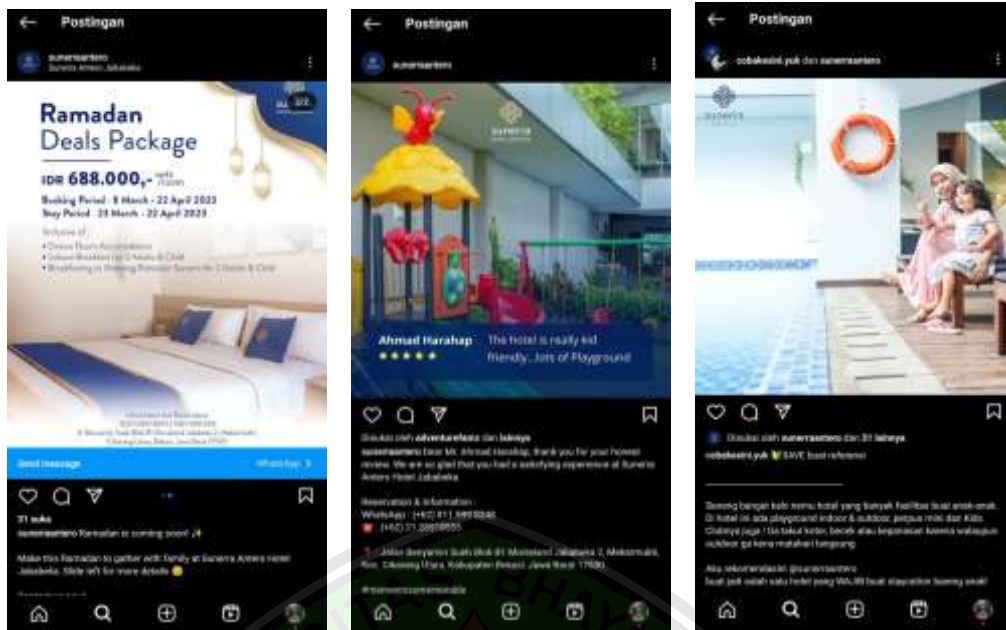


Gambar 1.4 Logo Sunerra Antero Hotel

Sumber: sunerra.com (2023)

Selain konten instagram yang menarik, bagi pelanggan yang ingin mengetahui informasi hotel lebih banyak dapat menghubungi kontak yang tertera di profil instagram @sunerraantero, tersedia kontak Whatsapp hotel jika ingin bertanya atau menginap di hotel tersebut, kontak Sales & Marketing jika ingin bertanya mengenai fasilitas ruang rapat atau ruang acara (*ballroom*) di hotel tersebut, website hotel, dan informasi lengkap lainnya. Tidak menjadi satu-satunya hotel bintang 4 di kawasan Jababeka Cikarang, Sunerra Antero Hotel terus bersaing dengan hotel bintang 4 lain yang berada di kawasan Jababeka Cikarang.

Berdasarkan data BPS Kabupaten Bekasi pada Agustus 2021, persentase rata-rata tingkat hunian kamar hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat yaitu sebanyak 46.32 persen dan 37.68 persen untuk hotel tidak berbintang (B. P. S. K Bekasi, 2021). Mendukung data tersebut, Sunerra Antero Hotel belum menjadi hotel bintang 4 yang paling banyak diketahui atau diminati pelanggan karena berada di posisi ke-3 berdasarkan jumlah pengikut di instagram. Dengan percepatan pertumbuhan internet, Sunerra Antero Hotel terus melakukan upaya terbaik dalam memasarkan produk dan jasanya secara digital supaya lebih mudah diketahui oleh masyarakat. Beberapa upaya pemasaran digital yang terdapat pada instagram @sunerraantero, yaitu promo makanan restoran pada hari libur nasional dan hari tertentu, promo harga kamar pada hari-hari tertentu, promo ruang rapat dan ruang acara pada waktu tertentu, hingga pengenalan fasilitas hotel seperti taman bermain anak, ruang olahraga, dan lain sebagainya dengan tujuan untuk menarik minat lebih dari masyarakat. Beberapa contoh konten instagram yang berpengaruh pada produk hotel Sunerra Antero Jababeka, meliputi:



Gambar 1.5 Laman feeds Promo Harga Kamar Saat Ramadan, Playground Anak-anak, dan Swimming Pool

Sumber: Instagram @sunerraantero (2023)

Terlihat bahwa isi konten di atas adalah promo harga kamar saat Ramadan untuk menginap Periode Maret – April 2023 yaitu sebesar Rp. 688.000 per-malam dengan fasilitas yang didapatkan adalah tipe kamar Deluxe Room untuk 2 orang dewasa dan 1 anak-anak, mendapatkan makan sahur untuk 2 orang dewasa dan 1 anak-anak, serta sarapan pagi di restorannya yang bernama Waroeng Ramadan Sunerra untuk 2 orang dewasa dan 1 anak-anak. Selain fasilitas berupa kamar, Sunerra Antero juga memiliki fasilitas taman bermain anak dan kolam renang yang menjadi salah satu tempat paling diminati oleh pelanggan yang membawa anak-anak. Postingan yang di *update* pada Maret 2023 ini cukup menarik perhatian pelanggan untuk menginap dan menikmati promo tersebut. Bila melihat ulasan pelanggan yang telah menginap di Sunerra Antero Jababeka pada website travel Agoda, dikatakan oleh pelanggan berinisial D yang menginap pada April 2023 (Agoda, 2023), sebagai berikut:

“Harganya ramah di kantong. Fasilitas cukup lengkap, terutama untuk anak-anak ya, ada playground indoor outdoor....”

Selain ulasan mengenai kamar dan taman bermain anak, adapun ulasan pelanggan dengan inisial PD yang menginap pada Mei 2023 yang terdapat dalam website travel Traveloka (Traveloka, 2023), sebagai berikut:

“Bawa anak-anak ke hotel ini, mereka senang banget, swimming pool-nya lumayan besar. Ada playground nya juga....”

Testimoni di atas merupakan sedikit dari banyaknya testimoni dengan hasil memuaskan yang tertera pada website travel. Sunerra Antero Hotel Jababeka cukup populer di website travel sebagai hotel bintang 4 yang diminati, terbukti oleh data pada Juni 2023 hotel ini memiliki rating 8,6 dengan kelas Mengesankan pada website Traveloka dan rating 8,7 dengan kelas Luar Biasa pada website Agoda. Selain testimoni pada website, adapun komentar pada postingan instagram @sunerraantero tentang kegiatan anak yang diselenggarakan oleh Sunerra Antero Jababeka:



Gambar 1.6 Laman feeds Kegiatan Anak di Sunerra Antero Jababeka

Sumber: Instagram @sunerraantero (2023)

Terlihat pada gambar postingan di atas bahwa sedang diselenggarakannya kegiatan anak yaitu membuat cupcake yang diajarkan langsung oleh chef

berbakat dan ditemani juga oleh karyawan Sunerra Antero Jababeka sebagai pendamping dan pemandu acara selama kegiatan berlangsung. Unggahan yang di posting pada Mei 2023 lalu mendapatkan antusias dan komentar positif dari pelanggan yang telah mengikuti kegiatan tersebut. Seperti komentar yang disampaikan oleh pemilik akun instagram @theresia_rosarinanda, sebagai berikut:

“Makasih kak, happy banget pulang masih mampir ke playground makan cupcake baru mau pulang....”

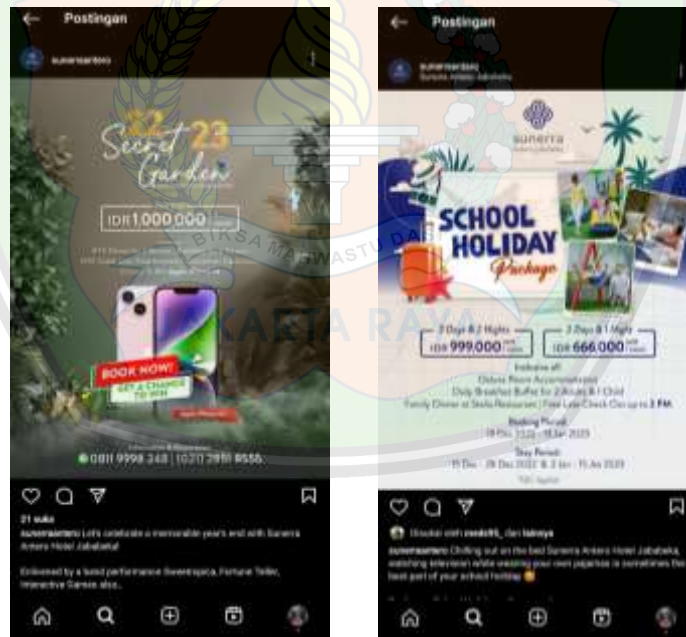
Diungkapkan oleh pemilik akun instagram @theresia_rosarinanda bahwa anaknya sangat senang mengikuti kegiatan *fun cooking* membuat cupcake di Sunerra Antero, dan semakin senang karena dapat bermain dengan teman-temannya di arena *playground*. Adapun komentar oleh pemilik akun instagram @griya_rilis yang juga mengungkapkan anaknya senang mengikuti kegiatan anak yang diselenggarakan oleh Sunerra Antero, sebagai berikut:

“Makasih kak anaku happy kemaren”

Dari ulasan testimoni pada website travel dan instagram @sunerraantero tersebut, dapat dilihat bahwa penggunaan media sosial sangat membantu dalam bisnis jasa perhotelan, karena mempermudah komunikasi yang terjalin antara pelanggan dengan pihak Sunerra Antero dan mempermudah proses penjualan kamar dengan adanya website travel yang bekerja sama dengan Sunerra Antero Jababeka. Selain itu, hampir pada setiap postingan *feeds* @sunerraantero akan mencantumkan nomor kontak yang dapat dihubungi bila ingin melakukan reservasi dan menanyakan informasi, serta alamat Sunerra Antero Jababeka Hotel guna mempermudah pelanggan untuk mendatangi langsung hotel tersebut.

Sebelumnya telah disebutkan bahwa kegiatan pemasaran digital melalui media sosial cocok untuk industri dengan tujuan B2C, karena melalui media sosial aktivitas komunikasi yang terjalin lebih mudah dan fleksibel serta kemudahan akses informasi yang didapat oleh konsumen. Bila

diimplementasikan pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Sunerra Antero Jababeka melalui akun instagram @sunerraantero, terlihat pada konten yang diulas sebelumnya mengenai promo harga pada produk atau jasa yang disediakan, seperti promo harga kamar pada saat Ramadan dan promo Batalin Aja. Promo harga kamar yang tersedia pada instagram @sunerraantero termasuk jenis konten B2C (*business to consumer*) karena informasi yang tersedia fokus pada produk dan layanan yang disediakan, sehingga calon pelanggan dapat memenuhi kebutuhannya atas pengetahuan seputar harga yang di tawarkan. Promo harga kamar pada saat tertentu seperti, tahun baru, musim liburan, dan Ramadan sangat menarik perhatian konsumen, dapat terlihat pada jumlah ulasan dalam website travel Agoda periode Desember 2022 – Februari 2023 sebanyak 156 ulasan. Jumlah tersebut lebih banyak dibandingkan ulasan saat edisi Ramadan sekitar periode Maret 2023 – Mei 2023 yaitu sebanyak 116 ulasan (Agoda, 2023). Promo tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

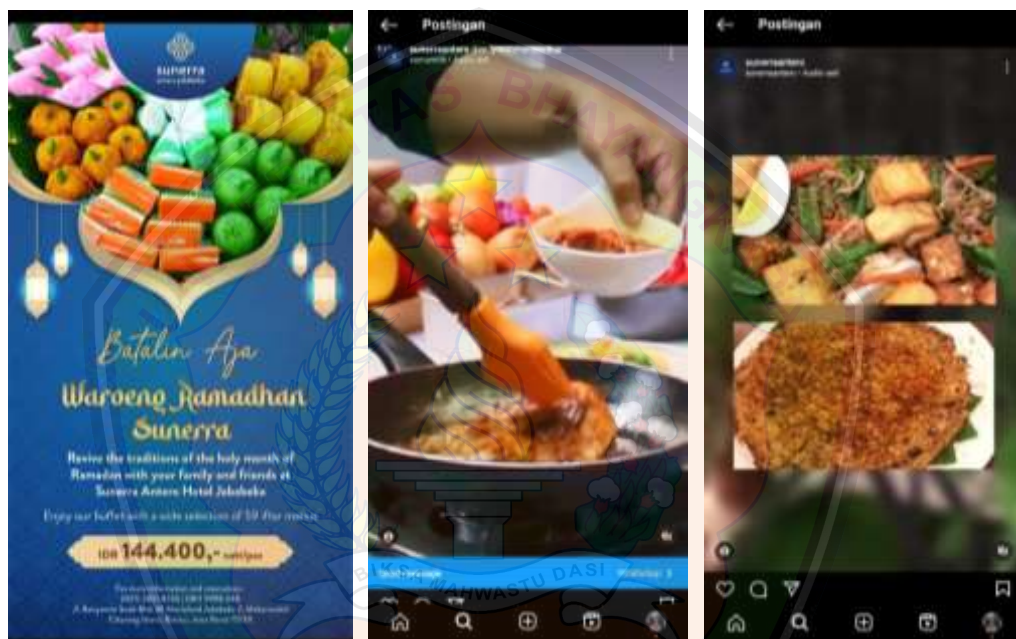


Gambar 1.7 Laman feeds promo harga kamar saat tahun baru dan liburan

Sumber: Instagram @sunerraantero (2023)

Selanjutnya implementasi kegiatan pemasaran B2C (*business to consumer*) yang dilakukan oleh Hotel Sunerra Antero Jababeka juga dapat dilihat melalui konten promo Batalin Aja, yaitu promo berbuka puasa yang disediakan selama bulan Ramadan. Dalam informasi yang tertera pada konten

instagram @sunerrantero, promo Batalin Aja seharga Rp. 144.400/ pax sudah dapat menikmati 59 jenis makanan Asia hingga Nusantara dengan tampilan prasmanan yang sangat memudahkan konsumen untuk memilih dan mengambil makanannya sendiri. Seperti diketahui bahwa produk makanan perlu proses pengolahan mulai dari bahan baku hingga menjadi suatu menu yang dapat disajikan kepada konsumen. Sehingga konten dengan informasi produk makanan seperti ini termasuk kedalam B2C, karena perlu rangkaian proses dan melalui beberapa perantara sebelum sampai di tangan konsumen. Dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.8 Laman feeds promo Batalin Aja saat Ramadan

Sumber: Instagram @sunerrantero (2023)

Makanan yang disajikan oleh Sunerra Antero pun mendapatkan respon positif dari konsumen, dapat dilihat pada ulasan *google.com* atas fasilitas yang disediakan oleh Sunerra Antero yang ditulis oleh konsumen berinisial LF yang menginap pada Mei 2023 lalu:

*“Staffnya ramah semua, tempatnya kids friendly,
kamarnya nyaman, makanannya enak....”*

Testimoni konsumen atas fasilitas makanan yang tersedia ini menunjukkan bahwa bisnis B2C yang dijalankan oleh Sunerra Antero Jababeka mencapai tujuan yang diinginkan dan dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Meskipun menjadi hotel yang populer di website travel, Sunerra Antero Jababeka belum menjadi *top* hotel bintang 4 di kawasan Jababeka jika dibandingkan dengan 2 hotel yang menempati peringkat 1 dan 2. Meninjau 2 hotel yang menempati posisi 1 dan 2 sebagai hotel bintang 4 di kawasan Jababeka Cikarang yang paling banyak mempunyai pengikut di instagram, yaitu Holiday Inn Cikarang Jababeka dengan 7.215 pengikut dan Nuanza Hotel and Convention Cikarang dengan 5.649 pengikut juga melakukan pemasaran dengan cara yang sama dengan Sunerra Antero Hotel yaitu melakukan digital *marketing* melalui media sosial instagram. Bergerak di industri perhotelan, dilihat secara kasat mata ketiga hotel tersebut memiliki isi konten yang sama, tujuan yang sama, dan format konten yang sama pada digital *marketing* di instagram. Namun, Sunerra Antero Hotel belum menjadi *top* hotel bintang 4 di kawasan Jababeka Cikarang, dan hal ini menjadi pekerjaan yang terus diupayakan oleh divisi Sales & Marketing supaya Sunerra Antero Hotel menjadi *top* hotel bintang 4 di kawasan Jababeka Cikarang.

Untuk dapat menjalankan kegiatan pemasaran yang efektif, terdapat alat yang digunakan oleh perusahaan dalam kegiatan pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan demi mencapai tujuan pemasarannya. Kotler dan Armstrong (2012) menjelaskan bahwa bauran pemasaran terdiri dari 4P, *product, price, place, dan promotion* (Priansa, 2017). Namun pada bidang pemasaran jasa kini telah berkembang menjadi 7P karena hadirnya media sosial sebagai media pemasaran dan kesan hubungan masyarakat yang kuat, yaitu *product, place, promotion, price, people, physical evidence, dan process* (Wibowo & Priansa, 2017). Dengan menerapkan bauran pemasaran, perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atau apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga tujuan pemasaran akan tercapai dengan maksimal. Memilih instagram sebagai media pemasaran, Sunerra Antero Jababeka dapat menerapkan konsep 7P sebagai upaya yang dapat membantu hotel tersebut semakin banyak diketahui dan diminati oleh calon pelanggan.

Adapun penelitian sejenis yang membahas mengenai pemasaran melalui instagram, dengan judul Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Di Kota Pekanbaru (Studi Akun Instagram @Mitrahotelpku) oleh Rizky Mai Nanda (2021), tujuan penelitiannya untuk mengetahui pemanfaatan instagram yang dipilih sebagai media promosi hotel di Kota Pekanbaru. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini memiliki hasil penelitian dari pemilik akun dan 2 orang perwakilan hotel yang menjadi mitra @mitrahotelpku bahwa memanfaatkan fitur yang tersedia pada instagram efektif untuk memperluas jangkauan promosi hotel di Kota Pekanbaru. Penelitian kedua oleh Nurul Rizky dan Sri Dewi Setiawati (2020) yang berjudul Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Haloa Cafe melalui media sosial instagram.

Penelitian ini menggunakan teori media baru, menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Hasil dalam penelitian ini bahwa Haloa Cafe memilih instagram sebagai alat pemasaran utama di media sosial, karena pengguna instagram yang semakin meningkat dan sesuai dengan target pemasaran Haloa Cafe. Penelitian ketiga oleh Maya Retnasary dan kawan-kawan (2019) yang berjudul Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana cara pemerintah daerah dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi dari pariwisata tersebut. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, hasil penelitian ini menjelaskan jika konten media sosial memiliki peran penting, dengan memproduksi konten yang informatif dan persuasif, proses pembentukan konten yang terorganisir dengan baik, dan peran aktif pemerintah untuk melibatkan pihak ahli dibidang konten media sosial.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, peneliti akan meneliti mengenai bagaimana upaya yang dilakukan oleh pihak Sunerra Antero Hotel untuk bersaing dengan hotel bintang 4 lain di kawasan Jababeka Cikarang serta berupaya menjadi *top* hotel bintang 4 yang akan dipilih oleh pelanggan melalui digital *marketing* di instagram, penelitian

ini berjudul Penerapan Digital *Marketing Mix* Dalam Pembuatan Konten Instagram @sunerraantero.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah pembuatan konten kreatif digital *marketing* dilihat dari konsep *marketing mix 7P*, meliputi *product, place, promotion, price, people, physical evidence*, dan *process* menggunakan model perencanaan komunikasi lima langkah pada media sosial instagram @sunerraantero.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pembuatan konten kreatif digital *marketing* dilihat dari konsep *marketing mix 7P*, meliputi *product, place, promotion, price, people, physical evidence*, dan *process* menggunakan model perencanaan komunikasi lima langkah pada media sosial instagram @sunerraantero.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media menambah wawasan terkait pembuatan konten kreatif dengan konsep digital *marketing* melalui media sosial instagram.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai media pengembangan diri dalam kemampuan mendalami sebuah masalah yang berhubungan dengan ilmu komunikasi, khususnya pada pembuatan konten digital *marketing* media sosial.

1.4.2.2 Bagi Akun Instagram @sunerraantero

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media evaluasi dan pengembangan konten pemasaran digital pada media sosial sebagai media informasi produk dan jasa bagi calon pelanggan.

1.4.2.3 Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan menambah wawasan dalam mencari informasi seputar industri perhotelan, terkait produk dan pelayanan jasa bagi masyarakat, dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi calon pelanggan yang ingin menginap di hotel. Serta dapat menambah wawasan pada pengetahuan umum seputar perencanaan dan pembuatan konten digital *marketing* pada media sosial.

