

BAB I

PENDAHULUAAN

1.1 LATAR BELAKANG

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling berpengaruh dalam dunia pemasaran digital saat ini. Dengan basis pengguna yang sangat luas dan aktif, Instagram telah berkembang menjadi ruang strategis bagi brand, perusahaan, dan pelaku bisnis untuk membangun citra, meningkatkan visibilitas, dan memperluas jangkauan audiens. Keunggulan utama Instagram terletak pada kekuatan visualnya—melalui foto, video, serta elemen grafis yang menarik—yang membuatnya menjadi media pemasaran yang efektif untuk menyampaikan pesan secara cepat, jelas, dan menarik.

Sebagai platform yang berfokus pada konten visual, Instagram menyediakan berbagai fitur yang sangat mendukung kebutuhan pemasaran modern. Feed post memungkinkan sebuah brand menampilkan identitas visual secara konsisten melalui foto atau desain grafis. Story menjadi fitur yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan singkat, promosi harian, atau aktivitas di balik layar yang membuat audiens merasa lebih dekat dengan brand. Sementara itu, Reels menjadi salah satu format paling diminati karena mampu menarik perhatian dalam waktu singkat, mudah dibagikan, dan berpotensi viral, terutama di kalangan generasi muda yang menyukai konten video singkat dan energik.

Selain fitur organik, Instagram juga menyediakan fitur iklan berbayar atau Instagram Ads yang memberikan kesempatan bagi brand untuk menargetkan audiens secara lebih spesifik dan strategis. Melalui pengaturan target berdasarkan usia, lokasi, minat, hingga perilaku pengguna, iklan yang ditampilkan dapat menjangkau calon konsumen yang lebih relevan sehingga meningkatkan peluang keberhasilan kampanye. Dengan sistem seperti ini, Instagram tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sebuah kanal pemasaran yang sangat penting dalam membentuk keputusan pembelian masyarakat.

Namun, keberhasilan pemasaran di Instagram tidak hanya ditentukan oleh seberapa banyak konten yang diposting, tetapi juga seberapa strategis perencanaan kontennya. Inilah alasan mengapa dukungan seorang Content Planner menjadi sangat dibutuhkan. Content Planner berperan dalam menyusun konsep, mengatur jadwal unggahan, menentukan arah visual, hingga memastikan bahwa setiap konten selaras dengan identitas dan tujuan pemasaran brand.

Content Planner juga bertugas menganalisis tren yang sedang berkembang di Instagram, agar konten yang dihasilkan tetap relevan dan mampu menarik perhatian audiens. Mulai dari tren editing, tren postingan, gaya storytelling, hingga penggunaan audio populer dalam Reels—semuanya menjadi bagian penting untuk meningkatkan performa konten. Dengan perencanaan yang baik, brand dapat menjaga konsistensi visual, meningkatkan engagement, serta membangun hubungan emosional antara brand dan audiens.

Dalam konteks pemasaran hotel, Instagram memiliki peran yang sangat vital. Visual hotel seperti kamar, fasilitas, makanan dan minuman, suasana lobby, hingga acara yang berlangsung di hotel dapat ditampilkan melalui konten yang estetik dan profesional. Hal ini bukan hanya memperkenalkan hotel kepada calon tamu, tetapi juga memberikan pengalaman visual yang membuat audiens dapat membayangkan sensasi menginap sebelum mereka benar-benar melakukan reservasi.

Hotel Holiday Inn Express Center Point Surabaya memanfaatkan Instagram melalui akun @holidayinnexpresssby sebagai salah satu media utama untuk mempromosikan layanan dan fasilitas hotel. Melalui konten visual yang menarik, informasi promo, serta aktivitas dan event yang diadakan oleh hotel, Instagram menjadi media efektif untuk menjangkau tamu potensial, wisatawan, maupun masyarakat lokal. Di sinilah peran saya sebagai Content Planner sangat diperlukan untuk menciptakan konsep konten yang kreatif, relevan, dan terarah agar setiap postingan memiliki tujuan yang jelas dan memberikan dampak positif terhadap citra hotel.

Dengan strategi konten yang tepat, Instagram dapat menjadi alat pemasaran yang sangat kuat—bukan hanya untuk menampilkan estetika hotel, tetapi juga untuk membangun kepercayaan, meningkatkan engagement, serta mendorong keputusan menginap. Melalui proposal ini, saya akan memaparkan secara detail bagaimana peran saya sebagai Content Planner membantu Hotel Holiday Inn Express Center Point Surabaya dalam merancang ide konten, mengatur kalender publikasi, serta memastikan bahwa setiap materi yang diunggah mampu mendukung tujuan komunikasi dan pemasaran hotel secara maksimal.

BIDANG KERJA PRAKTIK

Konsentrasi bidang kerja praktik penulis adalah komunikasi media. Pada kerja praktik ini, penulis memiliki peran sebagai Content Planner yang akan terlibat dalam proses pembuatan berbagai materi ide-ide Content di Hotel Holiday Inn Express Center Ponit Surabaya.

1.2 TUJUAN KERJA PRAKTIK

1. Meningkatkan kemampuan dalam menciptakan ide-ide konten yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan identitas viHotel Holiday Inn Express Surabaya, baik untuk kebutuhan promosi internal maupun eksternal.
2. Mendapatkan pemahaman mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi visual diterapkan dalam industri perhotelan, termasuk proses kreatif, persetujuan desain, hingga implementasi ide-ide konten untuk berbagai media promosi.
3. Memahami cara kerja tim pemasaran hotel dalam merancang dan mendistribusikan materi visual melalui berbagai platform, termasuk media sosial dan materi cetak, sebagai bagian dari strategi branding dan promosi layanan hotel.
4. Bertanggung jawab dalam menghasilkan Ide-ide Content Planner yang tidak hanya menarik secara estetik, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara efektif dan memperkuat citra profesional Hotel Holiday Inn Express Surabaya di mata tamu dan masyarakat luas melalui media sosial.
5. Membangun pengalaman praktis dalam bekerja secara profesional di lingkungan industri, serta mengasah keterampilan komunikasi, kerjasama tim, dan kemampuan beradaptasi terhadap kebutuhan klien dan dinamika industri kreatif perhotelan.

1.3 MANFAAT KERJA PRAKTIK

1.3.1 MANFAAT TEORITIS

Memperbaiki kemampuan dalam menyusun content planner yang efektif dan komunikatif, yang menjadi kompetensi penting dalam dunia komunikasi dan pemasaran digital, terutama dalam perencanaan serta pengelolaan konten untuk kebutuhan promosi Hotel Holiday Inn Express Surabaya, baik di media sosial maupun materi komunikasi internal hotel.

1.3.2 MANFAAT PRAKTIS

Memperbaiki kemampuan dalam menciptakan Content Planer sebagai wadah konten² yang efektif dan komunikatif, yang menjadi kompetensi penting dalam dunia komunikasi visual dan pemasaran digital melalui media sosial, terutama dalam pembuatan konten visual untuk kebutuhan promosi Hotel Holiday Inn Express Surabaya, baik di media sosial maupun materi cetak internal hotel.

1.4 TINJAUAN PUSTAKA

1.5.1 CONTENT PLANNER

Seorang content planner merupakan profesional yang berfokus pada perencanaan dan pengelolaan konten agar selaras dengan tujuan komunikasi serta strategi pemasaran suatu brand atau organisasi. Hasil kerjanya biasanya berupa kalender konten, ide-ide kreatif, konsep kampanye, serta strategi distribusi yang dirancang secara sistematis agar dapat menjangkau audiens secara efektif dan konsisten.

Proses kerja seorang content planner umumnya terdiri dari tiga tahap utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi, content planner melakukan riset tren, analisis target audiens, serta penyusunan strategi dan ide konten sesuai tujuan komunikasi. Selanjutnya, pada tahap produksi, content planner menyusun kalender konten, menentukan format dan platform distribusi, serta berkoordinasi dengan tim kreatif untuk menghasilkan materi yang sesuai. Terakhir, pada tahap pasca produksi, konten dievaluasi berdasarkan performa (insight dan engagement), dilakukan penyesuaian strategi, serta disiapkan untuk keberlanjutan kampanye berikutnya (Nuraini, 2020:15-17).

1.5.2 MEDIA PEMASARAN

Media pemasaran merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan promosi kepada konsumen agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Dalam konteks pemasaran saat ini, media pemasaran tidak hanya terbatas pada media konvensional seperti brosur, billboard, dan spanduk, tetapi juga meliputi media digital yang menggunakan berbagai bentuk desain grafis sebagai elemen utama.

Content Planner menjadi salah satu wadah sebagai ide-ide content media pemasaran yang sangat penting karena mampu menyampaikan informasi secara visual dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Penggunaan Ide konten , tipografi, video, dan tata letak konten yang tepat dapat memperkuat pesan pemasaran melalui media sosial serta membangun identitas merek yang kuat.

Adapun karakteristik media pemasaran melalui content planner yang menjadi keunggulan dibandingkan dengan media konvensional antara lain:

1. Interaktif dan dinamis, memungkinkan perencanaan serta penyesuaian konten sesuai kebutuhan target pasar secara cepat.
2. Terstruktur dan konsisten, memudahkan penyampaian pesan secara efektif sekaligus menjaga keselarasan identitas brand.
3. Jangkauan luas dan fleksibel, karena konten yang direncanakan dapat disesuaikan untuk berbagai platform, mulai dari media sosial, website, hingga materi komunikasi internal.
4. Efisiensi waktu dan biaya, sebab perencanaan konten yang matang dapat meminimalisir revisi berulang dan penggunaan sumber daya yang berlebihan.

Dengan demikian, content planner sebagai strategi pemasaran menjadi kunci penting dalam promosi Hotel Holiday Inn Express Surabaya untuk menarik perhatian calon tamu serta memperkuat citra hotel di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

brand awareness dan engagement, termasuk dalam promosi Hotel Holiday Inn Express Surabaya.