

PERANCANGAN SOSIAL MEDIA MARKETING HOTEL GRAND HAWAII UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Mochamad Farel Ramadhana Zaman¹⁾, Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian²⁾, Prasetyo Adi³⁾

¹² Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur ³PT. KAWAKIBI DIGITAL BRANDING
¹Farelramadhana@gmail.com; ² aileena.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

Garand Hawaii Hotel Social Media Marketing Design to Increase Brand Awareness. humans have the ability to process visual data better than other data. Therefore, in the ever-growing digital era, the use of social media has become more effective in promotional media. This journal will discuss the relationship between illustration images and a company's personal branding, especially in the context of social media marketing as a medium for visual presentation of concepts, themes and ideas. Social media design is considered to have advantages in explaining complex concepts with results that are more acceptable to today's readers or consumers so that it can be an effective design element to help reflect and explain a company's values and character. With social media marketing, companies can attract more audience attention.

Keywords : Visual identity, brand personality, promotional media.

ABSTRAK

Perancangan Sosial Media Marketing Hotel Garand Hawaii Untuk Meningkatkan Kesadaran Merk. manusia memiliki kemampuan untuk memproses data visual lebih baik daripada data lainnya. Oleh karena itu, dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan sosial media menjadi lebih efektif dalam media promosi. Jurnal ini akan membahas keterkaitan gambar ilustrasi dengan personal branding suatu perusahaan terutama dalam konteks sosial media marketing sebagai media presentasi visual konsep, tema, dan ide. Desain sosial media dianggap memiliki keunggulan dalam menerangkan konsep-konsep kompleks dengan hasil yang lebih dapat diterima oleh pembaca atau konsumen zaman sekarang sehingga dapat menjadi elemen desain yang efektif untuk membantu mencerminkan dan menjelaskan nilai-nilai serta karakter perusahaan. Dengan adanya sosial media marketing, perusahaan dapat menarik lebih banyak perhatian audiens.

Kata kunci : Identitas Visual, Kepribadian brand, media promosi.

PENDAHULUAN

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Cahyono, A. S. 2016). Perancangan media periklanan merupakan proses strategis dalam mengembangkan dan melaksanakan kampanye media yang efektif untuk mencapai tujuan pemasaran. Ini melibatkan berbagai langkah, mulai dari menentukan tujuan hingga mengevaluasi hasilnya

Pada era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi pemasaran menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Salah satu sektor yang sangat berpengaruh oleh dinamika ini adalah industri perhotelan. Dalam hal ini, penciptaan media periklanan menjadi langkah strategis untuk memperkenalkan, dan meningkatkan citra sebuah hotel. Sebagai contoh, Hotel Grand Hawaii, sebuah destinasi mewah yang menawarkan pengalaman menginap yang eksklusif namun kurang efektif dalam periklanan didalam media sosial, oleh karena itu memerlukan pendekatan periklanan yang cermat dan terfokus untuk membangun serta meningkatkan brandingnya. Periklanan bukan hanya tempat untuk mempromosikan produk atau layanan, tetapi juga merupakan seni untuk menyampaikan nilai-nilai, keunikan, dan daya tarik suatu merek kepada target pasar. Dengan adanya Sosial media marketing maka akan membantu periklanan Hotel Hawaii untuk dapat lebih menarik wisatawan untuk menginap di hotel ini. Dalam pandangan ini, laporan ini akan membahas beberapa strategi dan konsep kreatif dalam menciptakan media periklanan yang efektif untuk Hotel Grand Hawaii. Dengan memahami karakteristik unik

hotel, mendengarkan kebutuhan pasar, dan tren periklanan terkini, diharapkan Upaya periklanan ini dapat menjadi fondasi kuat untuk membangun dan meningkatkan branding Hotel Grand Hawaii di pasar yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada Perancangan Sosial Media Marketing Hotel Grand Hawaii untuk meningkatkan branding awareness adalah penelitian kualitatif. Dikutip dari situs Kementerian Keuangan RI (Kemenkeu) Memahami Metode Penelitian Kualitatif (2019), metode kualitatif merupakan metode yang memiliki fokus lebih mendalam pada pengamatan. Menurut Maleong, metode kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang memiliki tujuan untuk memahami suatu fenomena atau permasalahan dengan memfokuskan proses interaksi komunikasi antara peneliti dengan permasalahan yang akan dibahas. Tujuan dari metode kualitatif adalah untuk dapat menemukan informasi sedetail-detailnya. Semakin banyak data yang dimiliki, maka akan mempengaruhi kualitas penelitian. Data yang didapat melalui metode kualitatif bersifat subjektif karena diolah oleh peneliti itu sendiri yang berdasarkan pada asumsi, keyakinan, pendapat serta emosi dan perasaan pribadi.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi yaitu teknik pengumpulan data melalui pengamatan dan analisis melalui hasil konsep periklanan yang mengikuti zaman dan berbagai sumber lainnya yang memiliki keterkaitan serupa. Proses Perancangan Media Periklanan Hotel Grand Hawaii untuk meningkatkan brand awareness ini dilakukan penuh melalui media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri periklanan di era sekarang dapat disebut sebagai sarana menyampaikan pesan tentang produk atau jasa kepada target audience melalui berbagai media, baik media tradisional maupun media digital. Pada era sebelumnya, industri periklanan didominasi oleh media-media tradisional, seperti televisi, radio, koran, dan majalah. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, industri periklanan mengalami perkembangan. Di era sekarang, media digital menjadi salah satu media periklanan yang paling populer. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan pengguna internet yang pesat, Penggunaan smartphone yang semakin meningkat dan Kemudahan dalam mengakses berbagai konten digital. Media digital menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan dengan media tradisional yaitu lebih terukur, lebih relevan, dan juga lebih hemat biaya.

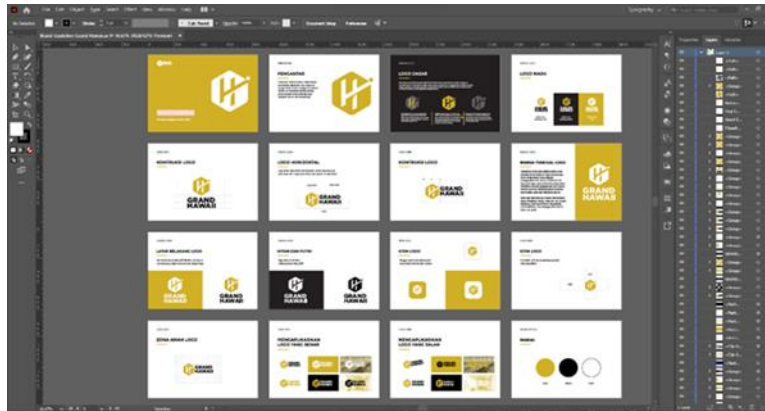
Dengan hadirnya medsos sebagai teknologi baru, tentu saja cara hidup manusia juga akan mengalami perubahan. Beberapa perubahan adalah semakin efektif dan efisiennya manusia dalam memperoleh informasi tidak terhalang waktu, tempat dan biaya yang tidak terlalu mahal (Rafiq, A., 2020), dalam hal ini promosi menjadi lebih mudah dikarenakan adanya media sosial, Promosi adalah suatu komunikasi dari yang berasal dari penjual dan pembeli yang tepat bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Yolanda, Y., & Wijanarko, D. H., 2018).

Di dalam Perancangan Media Periklanan Hotel Grand Hawaii untuk meningkatkan brand awareness ini ada beberapa tahapan serta analisis yang mendalam sesuai dengan target pasar yang dituju. Tahapan-tahapan tersebut mencakup proses riset dan analisis, penentuan konsep, pengembangan konsep, eksekusi, evaluasi hingga akhirnya mencapai hasil final. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilalui oleh penulis dalam Perancangan Media Periklanan Hotel Grand Hawaii untuk meningkatkan brand awareness.

1. Membuat *Brand Guideline*

Perancangan Sosial Media Marketing Hotel Grand Hawaii Untuk Meningkatkan Brand Awareness

Mochamad Farel Ramadhana Zaman, Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, dkk
Brand guidelines, atau panduan merek, adalah dokumen yang dirancang untuk memberikan petunjuk dan pedoman konsisten dalam penggunaan elemen-elemen visual dan verbal dari suatu merek. Panduan merek ini bertujuan untuk memastikan bahwa identitas merek dipahami dan diterapkan dengan konsisten di semua komunikasi dan materi pemasaran. Dalam hal ini Hotel Grand Hawaii membutuhkan Brand guideline untuk identitas mereka agar lebih dimengerti dengan desain modern yang selalu berkembang.



Gambar 1. Pengerjaan Brand Guideline (Sumber : data pribadi, 2023)

2. *Motion Graphic Portofolio* Hotel Grand Hawaii

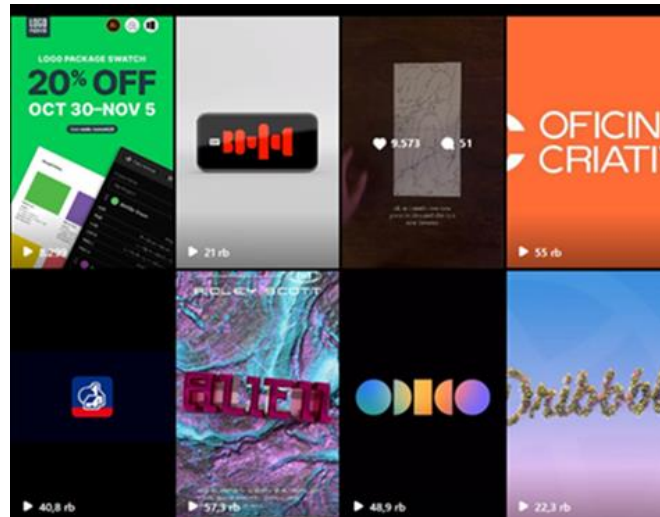
Briefing

Briefing adalah proses memberikan informasi atau instruksi kepada seseorang atau sekelompok orang tentang suatu tugas atau kegiatan yang akan dilakukan. Briefing biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan, atau oleh klien kepada agen periklanan. Manfaat yang didapat dari Briefing yang jelas dan lengkap dapat membantu meningkatkan efektivitas tugas atau kegiatan yang dilakukan. Briefing tentang task Portofolio Grand Hawaii ini dimulai dari brainstorming yang telah dilakukan oleh penulis bersama klien, kemudian klien mencetuskan bahwa konsep video yang diinginkan adalah motion graphic yang berisikan portofolio Hotel Grand Hawaii yaitu Logo, Warna dasar logo, dan beberapa mock up sesuai dengan keinginan klien.

Analisis Konsep

Setelah melalui tahap analisis, selanjutnya adalah melakukan riset visual dari konsep yang sudah didapat. Riset visual dilakukan untuk membantu penulis agar dapat memahami konsep dan ide yang sudah ditentukan dengan lebih konkrit dan visual dengan melibatkan eksplorasi bentuk, warna, dan tekstur yang dapat mengawali proses kreatif dan menghasilkan ide-ide baru. Tidak hanya itu, riset visual juga membantu penulis untuk mempelajari tren terkini, preferensi pengguna, dan mengidentifikasi inspirasi yang

didapat dari berbagai sumber visual. Setelahnya penulis kembali melakukan riset dengan mengumpulkan referensi untuk Portofolio sebuah Perusahaan.



Gambar 2. Analisis Konsep (Sumber : data pribadi, 2023)

Pembuatan Mockup

Mockup adalah elemen penting dalam portofolio desain atau pengembangan produk. Ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana desain atau produk akan terlihat di dunia nyata. Keberadaan mockup dalam portofolio memiliki sejumlah manfaat yaitu membantu memvisualisasikan konsep desain atau produk. Ini membantu klien atau perekrut untuk lebih mudah memahami ide dan tujuan di balik desain. Penulis membuat beberapa mock

Perancangan Sosial Media Marketing Hotel Grand Hawaii Untuk Meningkatkan Brand Awareness

Mochamad Farel Ramadhana Zaman, Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, dkk
up logo yang terdiri dari kartu bisnis, alat tulis, kaos, neon box dan lainnya untuk aset vidio
portofolio motion graphic Hotel Grand Hawaii

MOCKUP

MOCKUP LOGO



Gambar 3. Mock up (Sumber : data pribadi, 2023)

MOCKUP

ALAT TULIS



Gambar 4. Mock up (Sumber : data pribadi, 2023)

MOCKUP

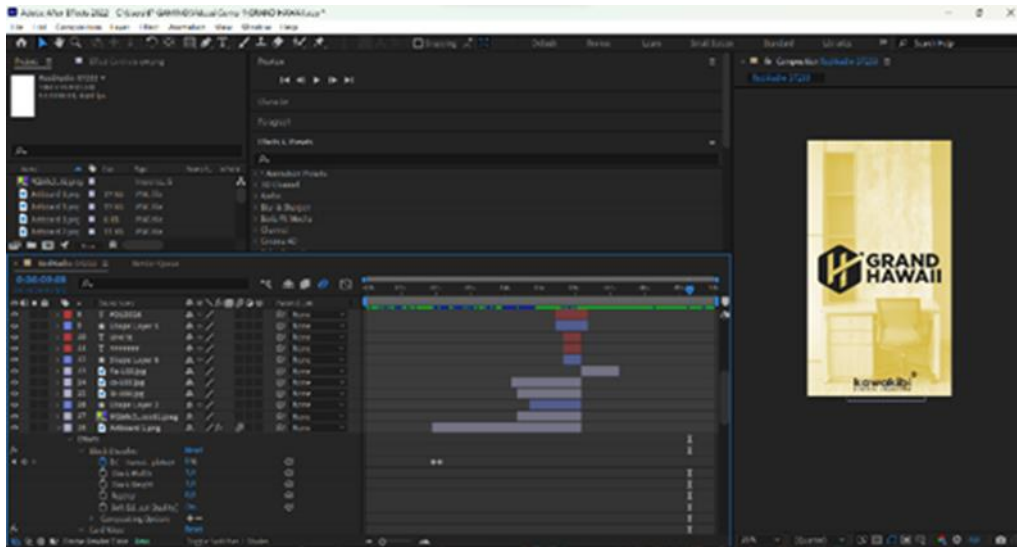
NEON BOX



Gambar 5. Mock up (Sumber : data pribadi, 2023)

Eksekusi

Setelah mock up dibuat maka tahap selanjutnya adalah pengerjaan motion graphic yang akan di eksekusi di software Adobe After Effect. Setelah melakukan riset, hasil yang didapat adalah rata rata vidio motion graphic portofolio Perusahaan hanya berdurasi tidak lebih dari 30 detik maka penulis akan benar benar mempersingkat durasi hanya untuk menunjukkan logo dan beberapa mock up saja dan untuk project kali ini penulis membutuhkan software Adobe Photoshop juga untuk membuat mock up dan Dalam task ini penulis hanya membuat 1 alternatif vidio untuk dijadikan motion graphic portofolio Hotel Grand Hawaii dan disetujui untuk diberikan kepada klien.



Gambar 6. Pengerjaan di Software Ae (Sumber : data pribadi, 2023)

Review Dan Evaluasi

selanjutnya hasil eksekusi tersebut diserahkan kepada pihak PT. Kawakibi Digital Branding untuk kemudian dilakukan proses review serta evaluasi dari hasil yang sudah diberikan. Proses ini bertujuan agar hasil yang diberikan oleh penulis dapat memenuhi keinginan PT. Kawakibi Digital Branding. Berikut merupakan hasil akhir dari task motion graphic portofolio Hotel Grand Hawaii.

3. Konten Promosi

Filosofi Senja

Filosofi Senja merupakan salah satu konten promosi Hotel Grand Hawaii yang menjelaskan bahwa Hotel Grand Hawaii menyediakan menu coffe dan croissant hanya dengan harga 35 ribu yang berlaku dari senin sampai jumat pukul 16.00 – 20.00 malam.



Gambar 7. Hasil Design Filosofi Sennja(Sumber : data pribadi, 2023)

Event Diskon Terbatas

Dalam konten ini Hotel Grand Hawaii memberikan diskon 10% dengan periode menginap 1 september – 28 oktober dengan cara booking melalui website www.hotelgrandhawaii.com



Gambar 8. Hasil Design Event Diskon Terbatas (Sumber : data pribadi, 2023)

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari perkembangan industri periklanan di era sekarang mencerminkan transformasi yang signifikan dari media tradisional ke media digital. Perubahan ini dipicu oleh pertumbuhan pengguna internet yang pesat, peningkatan penggunaan smartphone, dan kemudahan akses terhadap konten digital. Meskipun media digital mendominasi, media tradisional masih memiliki peran penting dalam menjangkau target audience yang belum terpapar oleh media digital. Berdasarkan hasil Perancangan Sosial Media Marketing untuk meningkatkan Brand Awareness didapat kesimpulan bahwa social media memiliki peranan yang cukup besar dan efektif terutama dalam konteks promosi bagi perusahaan dibidang hotel. Dengan adanya sosial media marketing

dapat meningkatkan daya tarik visual sehingga perusahaan akan lebih banyak menarik perhatian audiens. Untuk dapat meningkatkan personal branding, Riset dan analisis dilakukan untuk memahami target pasar, diikuti oleh penentuan konsep, pengembangan konsep, eksekusi, evaluasi, dan revisi hingga mencapai hasil final. Fleksibilitas dan adaptabilitas terhadap perubahan menjadi kunci sukses dalam industri periklanan yang semakin kompleks dan dinamis. Dengan demikian, pelaku industri periklanan perlu terus berinovasi dan beradaptasi untuk tetap bersaing dan mencapai tujuan bisnis mereka

Ucapan Terimakasih

Puji syukur tim penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga jurnal yang berjudul Perancangan Sosial Media Marketing Hotel Grand Hawaii apat terselesaikan dengan baik. Tim penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian. selaku dosen pembimbing dalam penyusunan dari awal hingga akhir.

Kami selaku tim penulis mengucapkan mohon maaf apabila dalam penulisan jurnal terdapat kesalahan dan harap adanya kritik serta saran untuk membantu dalam menyempurnakan jurnal ini. Semoga jurnal ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157
- Bicking, M., & Wimmer, M. A. (2010). Tools and Technologies in eParticipation: Insights from Project Evaluation. In F. De Cindio, A. Macintosh, & C. Peraboni (Eds.), *Proceedings of the Fourth International Conference on Online Deliberation* (pp. 75–86). Leeds, UK.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29..
- Yolanda, Y., & Wijanarko, D. H. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 6(1A), 88-108.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). Memahami Metode Penelitian Kualitatif. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html#:~:text=Metode%20kualitatif%20merupakan%20metode%20yang,suatu%20fenomena%20yang%20lebih%20komprehensif>