

BAB II

DESKRIPSI INSTITUSI DAN *JOBDESK* SEBAGAI *MEDIA PLANNER* DAN *CREATIVE*

2.1 Deskripsi Institusi

Kotta Hotel Semarang merupakan layanan akomodasi penginapan bintang tiga yang telah beroperasi sejak tahun 2022. Hotel ini berada di pusat kawasan Kota Lama Semarang, Jawa Tengah dengan tetap mempertahankan bentuk asli dari bangunan tersebut dan diapit oleh dua bangunan terkenal yaitu Spiegel dan Gereja Blenduk. Kotta Hotel Semarang juga dikenal sebagai “hotel kue” karena mengusung konsep *aesthetic, colorful, cheerful*, serta menggabungkan dua budaya, yaitu Indonesia dan Jepang. Meski baru berusia dua tahun, Kotta Hotel sudah mempunyai tempat tersendiri di mata masyarakat. Hal ini tentunya tidak terlepas dari pentingnya peran pemasaran yang dilakukan Kotta Hotel dalam membangun *brand awareness* di masyarakat. Berbagai cara dilakukan Kotta Hotel untuk memasarkan *brand*, seperti promosi di akun media sosial resmi Kotta Hotel (Instagram dan Tiktok), aktif mengunggah konten di setiap akun milik Kotta Hotel (termasuk @cemildining, @kobisbrew, @shopatkotta dan @purinku.id), Instagram Ads, serta mengadakan acara luring bulanan dan tahunan. Dengan strategi dan taktik pemasaran yang beragam tersebut, Kotta Hotel mampu bersaing dengan hotel lain di kategori yang sama.

Kotta Hotel Semarang rutin menyelenggarakan berbagai program untuk membangun hubungan dengan berbagai *stakeholder*, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, Kotta Hotel mengadakan rapat staf tahunan yang dihadiri oleh seluruh manajemen untuk memperkuat persatuan dan meningkatkan kualitas layanan. Sementara itu, untuk pemangku kepentingan eksternal, Kotta Hotel Semarang melakukan *sales call* atau kunjungan rutin kepada berbagai instansi pemerintah dan perusahaan swasta, baik di dalam atau luar Semarang. Untuk itu, program ini bertujuan untuk menjaga hubungan baik dan memperluas jaringan bisnis perhotelan.

Kotta Hotel Semarang juga menawarkan layanan selain penginapan, yaitu *Food and Beverages*. Saat memasuki Kotta Hotel Semarang, pengunjung akan

langsung melihat meja resepsionis yang terintegrasi dengan kasir, bar, dan Kobi's Brew. Untuk pilihan hidangan penutup, Kotta Hotel juga menyediakan santapan *silky pudding*, puding caramel khas Jepang yang dapat dibeli oleh konsumen, yaitu Purinku. Selain itu, Cemil Dining telah menjadi salah satu sumber pendapatan besar bagi Kotta Hotel Semarang. Kotta Hotel Semarang juga terdapat loker dan kamar mandi yang disediakan untuk menyimpan barang dan mandi tanpa menginap, serta berbagai oleh-oleh menarik (Kottahotel, 2024).

Perlu diketahui bahwa terdapat produk dari Kotta Hotel yang menjadi pembeda dengan pesaingnya, yaitu *event space* atau ruangan serba guna. *Event space* ini biasa disewakan untuk berbagai acara formal seperti *wedding party*, *meeting*, *workshop*, seminar, dan lainnya. Selain itu, *event space* juga dapat digunakan untuk acara informal seperti, kelas yoga, acara ulang tahun, nonton film bersama, bazar, dan lainnya. Kotta Hotel Semarang menawarkan harga sewa mulai dari Rp 3.000.000, di mana *range* harga ini termasuk fasilitas lengkap termasuk meja, kursi, proyektor dan *catering*. Meskipun *event space* terlihat berpeluang besar bagi pendapatan Kotta Hotel, produk tersebut masih memiliki *revenue* yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan produk yang lain. Melihat permasalahan tersebut, tim karya bidang mengusulkan beberapa program komunikasi pemasaran kepada pihak Kotta Hotel yang dapat mendorong pendapatan.

2.2 Media Planner

Media planner merupakan seseorang yang berperan dalam proses pemilihan media untuk memasarkan sebuah brand atau merek. Seorang *Media Planner* memiliki banyak tugas yang harus dilakukan, mulai dari riset pasar, analisis kebutuhan media sesuai target audiens, penyusunan anggaran, penentuan jangkauan dan frekuensi pesan, serta eksekusi dan evaluasi kampanye. Dengan pendekatan ini, *Media Planner* memiliki peranan besar, di mana harus berani untuk mengambil keputusan, sehingga pesan yang disampaikan mampu menjangkau audiens relevan (Arviana, 2021). Dalam persiapan karya bidang ini, penulis memiliki tanggung jawab sebagai *Media Planner* yang harus menentukan beberapa media untuk memasarkan Event Space Kotta Hotel Semarang. Media

yang akan digunakan adalah media online dan offline. Untuk media online, penulis memanfaatkan media sosial Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Portal Berita lokal di Kota Semarang. Sedangkan, untuk media offline yang digunakan penulis adalah *offline event*, di mana strategi ini akan menjadi strategi pendukung dalam memberikan pengalaman langsung audiens terhadap Event Space Kotta Hotel Semarang. Oleh karena itu, penulis berharap bahwa tugas yang diemban dapat bermanfaat bagi peningkatan *product knowledge* dan minat beli konsumen terhadap Event Space Kotta Hotel Semarang.

2.3 *Creative*

Dalam industri digital, tim kreatif merupakan tulang punggung perusahaan karena tugas yang banyak. Tanggung jawab utama mereka mencakup meneliti *brief* klien, melakukan *brainstorming* ide untuk menghasilkan konten kreatif, melaksanakan *brief*, membuat revisi dan secara rutin menganalisis kinerja periklanan (IDEOWORKS, 2023). Pada proses pelaksanaan karya bidang ini, penulis juga berperan sebagai tim kreatif yang bertanggung jawab membuat semua kebutuhan desain visual untuk mendukung aktivitas pemasaran selama kampanye. Penulis juga secara aktif merancang dan mengembangkan konsep desain yang selaras tujuan karya bidang, yaitu meningkatkan minat beli Event Space Kotta Hotel. Konten yang dibuat akan dikemas dalam bentuk foto dan video menarik, sehingga pesan promosi dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens. Selain pembuatan desain, penulis juga terlibat langsung untuk memproduksi video sesuai dengan *brief* dari tim *Content Planner*, mulai dari pembuatan hingga pengeditan konten video. Keterlibatan penulis sebagai tim kreatif ini sangat diperlukan untuk memvisualisasikan strategi promosi yang mampu meningkatkan *product knowledge* dan mendorong minat beli terhadap Event Space Kotta Hotel Semarang.