

Rebranding Pt. Riztour Indo Wisata Dengan Pembuatan Konten Desain Feed Pada Sosial Media

Kelviyanto Limanda¹, Diny Anggraini Adnas²

Universitas Internasional Batam

Email: kelviyanto@uib.edu, diny@uib.edu

Abstrak

Banyaknya Agensi Tour and Travel khususnya di Batam membuat banyak persaingan. Tetapi, dengan adanya branding yang kuat akan memberikan dampak berupa berbagai manfaat bagi usaha tersendiri yaitu dapat membuat kesan terhadap calon konsumen atau konsumen yang mempengaruhi daya tarik mereka, memberikan diferensiasi produk atau jasa dari milik pesaing, serta memiliki ciri khas yang berbeda dari kompetitor lainnya. Untuk meningkatkan brand awareness salah satunya dapat dilakukan dengan pembuatan konten untuk sosial media. Sosial media sendiri efektif untuk menciptakan branding pada suatu usaha. Namun, Riztour belum memiliki branding yang cukup kuat. Pada sosial media Riztour seperti Instagram belum banyak memiliki konten feed dengan desain grafis untuk memperkuat branding mereka. Maka dari itu, penulis akan membuat konten-konten dengan visual yang menarik dengan memanfaatkan desain grafis agar Riztour memiliki tampilan feed di Instagram dengan ciri khasnya tersendiri.

Abstract

A lot of Tour and Travel Agencies, especially in Batam, creates a lot of competition. However, with a strong branding, it will provide various benefits for its own business, it being able to make an impression on potential customers or consumers that affects their attractiveness, differentiates products or services belonging to competitors, and has different characteristics from other competitors. To increase brand awareness, one of them can be done by creating content for social media. Social media itself is effective for creating branding in a business. However, Riztour does not yet have a strong enough branding. On social media, Riztour, such as Instagram, does not yet have a content feed with graphic design to strengthen their branding. Therefore, the author will create visually attractive content by utilizing graphic design so that Riztour has a feed display on Instagram with its own characteristics.

Keywords: *tour & travel, rebranding, desain grafis, sosial media, instagram*

Pendahuluan

PT. Riztour Indo Wisata pertama kali terbentuk pada tahun 2014 sebagai Travel Agent yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perjalanan wisata serta penyelenggara acara atau *event*. Riztour memiliki beberapa penawaran layanan jasa seperti : Batam Tour, Bintan Tour, Domestic Tour, Overseas Tour, Hotel Voucher, Golf Service, Domestic Ferry, International

Ferry, Transport Rental, dan Admission Tiket. Riztour memberikan layanan berupa berbagai macam paket wisata tersebut untuk keperluan mempermudah perjalanan berwisata, membuat akomodasi anggaran biaya untuk perjalanan, serta bekerjasama dengan berbagai pihak yang terlibat dalam tempat wisata. Banyaknya Agensi Tour and Travel khususnya di Batam membuat banyak persaingan. Tetapi, dengan adanya

branding yang kuat akan memberikan dampak berupa berbagai manfaat bagi usaha tersendiri yaitu dapat membuat kesan terhadap calon konsumen atau konsumen yang mempengaruhi daya tarik mereka, memberikan diferensiasi produk atau jasa dari milik pesaing, serta memiliki ciri khas yang berbeda dari kompetitor lainnya. Untuk meningkatkan brand *awareness* salah satunya dapat dilakukan dengan pembuatan konten untuk sosial media. Sosial media sendiri efektif untuk menciptakan branding pada suatu usaha. Namun, Riztour belum memiliki branding yang cukup kuat. Pada sosial media Riztour seperti Instagram belum banyak memiliki konten feed dengan desain grafis untuk memperkuat branding mereka.

Masalah

Branding secara umum merupakan gabungan dari nama, istilah, simbol dan tanda yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa memberikan suatu perbedaan terhadap pesaing (Fadly & Utama, 2020). Branding bukan sekedar hanya *brand* atau merek dagang dengan seiring berjalannya waktu branding menjadi *image* atau gambaran dari suatu badan usaha yang dapat memberikan komunikasi kepada masyarakat banyak. Media sosial seperti Instagram saat ini banyak memberikan kita banyak manfaat baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis, selain sebagai media untuk interaksi dan hiburan Instagram juga dapat memberikan wadah terhadap seseorang atau usaha yang ingin meningkatkan *brand awareness* (MEfrida & Diniati, 2020). Maka dari itu penulis memutuskan untuk menggunakan sosial media Instagram untuk membangun *branding* pada Riztour. Penulis akan membuat konten-konten dengan visual yang menarik dengan memanfaatkan desain grafis agar Riztour memiliki tampilan feed di Instagram dengan ciri khasnya tersendiri. Karena Riztour belum banyak memiliki konten feed dengan desain grafis di Instagram dan belum

memiliki branding yang cukup kuat sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat.

Metode

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi berupa data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka.

Wawancara

Wawancara merupakan aktivitas berjalannya diskusi yang dimana terjadi tukar pikiran dari kedua pihak atau lebih (Saputri, n.d.). Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak mitra dengan di adakan nya *meeting* secara langsung dengan mendatangi kantor mitra, maupun secara *online* yang dimana proses pertemuan dilakukan pada aplikasi Microsoft Teams dan Zoom untuk mendapatkan data-data yang diperlukan.

Observasi

Observasi merupakan tindakan perilaku seseorang melakukan analisa objek dengan memanfaatkan pancaindra untuk menemukan informasi (Pujiyanto, 2021). Pada penelitian ini penulis mengamati konten-konten yang relevan terkait dengan dunia pariwisata dan mengamati konten-konten yang menjadi minat banyak orang.

Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan. Penulis menerapkan metode ini untuk mendapatkan referensi dalam pembuatan ide dan konsep, mencari referensi konten-konten relevan yang berhubungan dengan pariwisata, mendapatkan referensi untuk membuat tampilan desain feed. Pada Tahap persiapan, penulis melakukan wawancara terhadap mitra dengan *meeting* secara *offline* maupun *online* dan juga observasi. Pada tahapan ini penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam pembuatan desain feed, yaitu seperti menentukan ide dan konsep dan isi dalam konten. Konten yang akan dibuat untuk

Instagram secara umum terbagi menjadi dua, konten *soft selling* dan *hard selling*. Konten *soft selling* seperti konten berisikan *tips*, edukasi, ucapan, dan lain sebagainya, sedangkan konten *hard selling* berisikan penjualan, paket, promo, dan lain sebagainya. Pada Tahap pelaksanaan, proses pelaksanaan di koordinasi melalui grub chatting whatsapp. Pada tahapan ini mitra memberikan perintah untuk mengeksekusi rencana pembuatan konten desain feed untuk Instagram sesuai dengan *content calender* yang sudah dirancang sebelumnya, dan juga beberapa desain untuk keperluan komersial dan operasional mitra. Pada tahap laporan, jika hasil desain sudah di konfirmasi mitra maka selanjutnya akan dibuatkan *copywriting* untuk konten tersebut, kemudian desain akan dipost ke feed Instagram, setelah proses *posting* selesai maka akan dilaporkan kepada mitra. Kerja praktek ini dilaksanakan selama 3 bulan.

Pembahasan

Hasil desain feed Instagram yang dibuat untuk rebranding PT. Riztour Indo Wisata dilakukan dalam beberapa proses. Penulis melakukan meeting melalui *offline* maupun *online* untuk membahas ide dan konsep terkait dengan konten yang akan dibuat. Konten yang dibuat serelevan mungkin dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa *tour & travel*.



Gambar 4.1 Screenshot pembuatan desain feed instagram dengan aplikasi CorelDraw

Berikut beberapa proses implementasi yang penulis lakukan selama melakukan Kerja Praktek untuk rebranding di PT. Riztour Indo Wisata. Dengan adanya rebranding diharapkan dapat memberikan dampak berupa *brand*

awareness kepada masyarakat dan *insight* melalui sosial media Instagram. Untuk mendapatkan materi yang akan digunakan untuk konten penulis melakukan meeting dengan mitra dan rekan mahasiswa dari jurusan pariwisata secara *offline* dan secara *online*

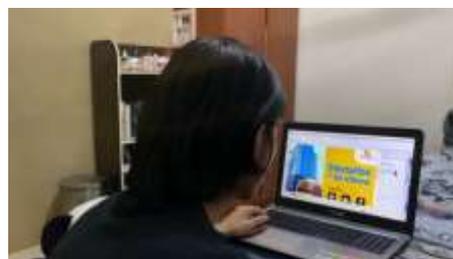


Gambar 4.2 Dokumentasi meeting *offline*



Gambar 4.3 Dokumentasi meeting *online*

Selanjutnya setelah penulis mendapatkan materi, penulis melakukan proses implementasi materi tersebut menjadi desain feed melalui beberapa aplikasi desain.

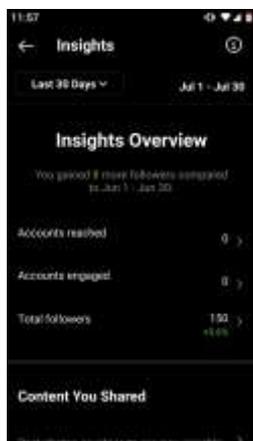


Gambar 4.4 Dokumentasi proses pembuatan desain feed instagram

Kemudian hasil desain akan diberikan kepada mitra untuk di *review* terlebih dahulu. Setelah dikonfirmasi, maka desain akan di bantu oleh rekan penulis dari jurusan pariwisata dalam pembuatan *copywriting* / *caption* serta memposting di akun Instagram @riztour_indowisata.

Kondisi setelah adanya implemtasi *rebranding* pada Instagram Riztour memberikan dampak berupa *insights* yaitu meningkatnya followers dari pengguna Instagram lainnya sebesar 5.6% dalam 1 bulan terakhir.

Gambar 4.5 Screenshot insight overview



Selain itu, tampilan pada feed Instagram Riztour menjadi lebih menarik dengan adanya desain grafis.



Gambar 4.5 Screenshot tampilan instagram

Rebranding memerlukan jangka waktu yang panjang untuk mendapatkan hasil yang baik, sehingga masih perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut.

Simpulan

PT. Riztour Indo Wisata merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa *Tour & Travel* dan juga penyedia jasa penyelenggara *event*. PT. Riztour Indo Wisata sudah beroperasi cukup lama yaitu sejak tahun 2014. Banyaknya agensi yang serupa membuat persaingan menjadi ketat,

sehingga diperlukan *branding* yang kuat agar dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat terhadap *brand* Riztour. Namun *branding* pada PT. Riztour Indo Wisata belum cukup kuat, sehingga penulis melakukan *rebranding* terhadap sosial media Instagram milik PT. Riztour Indo Wisata dengan membuat desain feed Instagram dengan konten yang relevan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka. Dengan adanya *rebranding* terhadap Instagram PT. Riztour Indo Wisata diharapkan dapat memberikan dampak berupa *insight* dan *brand awareness*. *Rebranding* memerlukan waktu yang cukup panjang sehingga diperlukan evaluasi lebih lanjut.

Disarankan kepada PT. Riztour Indo Wisata untuk melakukan evaluasi secara berkala untuk mendapatkan hasil dari *rebranding* lebih optimal serta PT. Riztour Indo Wisata diharapkan dapat membuat desain untuk feed Instagram sesuai dengan tema secara konsisten agar memiliki tampilan dengan ciri khas tersendiri.

Daftar Pustaka

- Fadly, H. D., & Sutarna, S. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 213–222. Retrieved from <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- MEfrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Pujiyanto, H. (2021). *Metode Observasi Lingkungan dalam Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa MTs*. 2(6), 749–754.
- Saputri, M. E. (n.d.). *Wawancara*.