

**PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN *INSTAGRAM REELS* UNTUK PROMOSI HOTEL BAGI ANGGOTA PHRI KOTA SURAKARTA****Budi Purnomo<sup>1</sup>, Purwanto<sup>2</sup>, Imam Al Ghozali Hide Wulakada<sup>3</sup>**Program Studi Sastra Inggris, Universitas Surakarta<sup>1</sup>

Jl. Raya Palur Km. 5 Surakarta 57772

*E-mail: budipurnomo989@yahoo.co.id*Program Studi Kebijakan dan Manajemen Pajak, ITB AAS Indonesia<sup>2</sup>

Jl. Slamet Riyadi No. 361 Makamhaji, Sukoharjo 57161

*E-mail: gmasiagroup85@gmail.com*Program Studi Magister Ilmu Hukum, Universitas Slamet Riyadi<sup>3</sup>

Jl. Sumpah Pemuda No. 18 Banjarsari, Surakarta 57163

*E-mail: gagasanghozali@gmail.com***Abstrak**

*Industri perhotelan mengalami transformasi yang signifikan dengan munculnya era digital. Sebelum memulai perjalanan calon pelanggan biasanya meneliti terlebih dahulu hotel yang ingin mereka tinggali melalui media digital, salah satunya adalah Instagram sebagai media sosial terpopuler yang berkembang saat ini. Ketertarikan calon konsumen dipercaya meningkat jika hotel mampu menyuguhkan kelebihan produk dan jasanya dengan bagus dan menarik melalui media audio visual seperti Instagram reels. Pergeseran perilaku calon pelanggan yang biasanya meneliti produk dan jasa hotel melalui e-flyer beralih ke Instagram menimbulkan masalah baru, yaitu belum dimilikinya pengetahuan dan keterampilan membuat konten Instagram reels oleh tim promosi dan pemasaran hotel anggota Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kota Surakarta. Tim promosi dan pemasaran masih berpola pikir bahwa membuat konten Instagram reels tidak bisa dilakukan dengan smartphone yang mereka miliki, padahal faktanya dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai kita mampu membuat konten Instagram reels yang bagus dan menarik. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk memberikan pelatihan pembuatan konten Instagram reels untuk promosi hotel bagi tim promosi dan pemasaran hotel anggota PHRI Kota Surakarta. Dengan metode pelatihan berbasis kompetensi, hasil pengabdian menunjukkan bahwa mayoritas peserta pelatihan mampu membuat konten Instagram Reels untuk promosi hotel yang bagus dan menarik dengan smartphone yang mereka miliki.*

**Kata kunci:** *konten Instagram Reels, tim promosi dan pemasaran hotel, PHRI Kota Surakarta***Abstract**

*The hotel industry is experiencing a significant transformation with the emergence of the digital era. Before starting their journey, potential customers usually first research the hotel they want to stay in through digital media, one of which is Instagram as the most popular social media currently developing. It is believed that the interest of potential consumers will increase if the hotel is able to present the advantages of its products and services well and attractively through audio-visual media such as Instagram reels. The shift in the behavior of potential customers who usually research hotel products and services via e-flyers by switching to Instagram has created a new problem, namely the lack of knowledge and skills in creating Instagram reels content by the hotel promotion and marketing team of the Indonesian Hotels and Restaurants Association (IHRA) members of Surakarta City. The promotion and marketing team still has the mindset that creating Instagram reels content cannot be made by the smartphone they have, even though in fact with sufficient knowledge and skills we are able to*

*create good and attractive Instagram reels content. This service activity was carried out to provide training in creating Instagram reels content for hotel promotions for the hotel promotion and marketing team of IHRA members of Surakarta City. With a competency-based training method, the results of the service show that the majority of training participants are able to create good and attractive Instagram Reels content for hotel promotions with the smartphones they own.*

**Keywords:** *Instagram Reels content, hotel promotion and marketing team, IHRA of Surakarta City*

## 1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata tidak dapat dipisahkan dari industri perhotelan. Tersedianya hotel-hotel yang baik akan mendukung kegiatan kepariwisataan. Wisatawan memerlukan hotel sebagai tempat tinggal sementara selama dalam perjalanan agar dapat beristirahat dengan nyaman dan menyenangkan. Hotel-hotel yang dikelola dengan baik diyakini akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama. Informasi mengenai fasilitas hotel akan mempengaruhi penilaian wisatawan tentang pilihan jenis akomodasi, jumlah kamar yang tersedia, fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, maupun keunikan properti yang dimiliki dan disajikan oleh pihak hotel.

Industri perhotelan di Kota Surakarta dalam lima tahun terakhir berkembang pesat seiring dengan kemajuan kota dan penambahan sarana-prasarana pariwisata dan objek wisata. Ketidakseimbangan kondisi *supply* dan *demand* pada industri perhotelan berdampak pada persaingan yang tidak sehat karena *market share* belum tumbuh sementara hotel-hotel baru terus bermunculan. Jumlah kamar yang tersedia cukup banyak, sedangkan permintaan tidak mengalami peningkatan yang signifikan menjadikan hotel-hotel yang menjadi anggota Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI) Kota Surakarta saling bersaing dalam mendapatkan tamu/wisatawan. Rata-rata tingkat penghunian kamar hotel (TPK) hotel bintang pada lima tahun terakhir baru sebesar 47,67% dan nonbintang sebesar 30,28% (Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2024), sehingga ada dua pekerjaan rumah yang dihadapi industri perhotelan di Kota Surakarta. Yang pertama bagaimana cara berpromosi untuk mendatangkan sebanyak mungkin wisatawan berkunjung dan menginap di hotel-hotel mereka dan yang kedua bagaimana agar promosi yang dilakukan oleh hotel-hotel dapat menampilkan kelebihan dan keunikannya bagi tamu/wisatawan. Pengelola hotel sangat menyadari bahwa promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi hotel dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup hotel serta meningkatkan penjualan produk dan jasa hotel. Untuk memberikan informasi kepada publik, khususnya wisatawan, diperlukan media yang cocok dan disukai oleh wisatawan.

Dengan munculnya era digital saat ini, industri perhotelan mengalami transformasi yang signifikan. Sebelum memulai perjalanan calon pelanggan meluangkan waktu untuk meneliti hotel yang ingin mereka tinggali melalui media digital. Oleh karena itu sangat penting bagi pengelola hotel untuk memiliki media digital yang baik dan menarik untuk menjangkau calon pelanggan, antara lain melalui media sosial. Dengan memanfaatkan promosi melalui media sosial yang efektif, hotel dapat meningkatkan visibilitas *online* dan menjalin hubungan yang bermakna dengan pelanggan dan calon konsumen. Hal ini dapat mengarah pada pengembangan basis pelanggan setia dan memperkuat *branding* hotel.

Salah satu media sosial terpopuler yang berkembang saat ini adalah Instagram (Martin dan Husen, 2020). Hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial Instagram dengan aplikasi yang memberikan layanan bagi penggunanya untuk mengambil dan berbagi foto,

menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial lainnya, termasuk milik pengguna Instagram itu sendiri (Nugraha et.al., 2023). Di dalam aplikasi Instagram terdapat berbagai fitur, salah satunya yaitu fitur *reels*. *Reels* merupakan fitur terbaru dan populer yang memiliki fungsi kerja mirip dengan tik tok. *Reels* dapat memperluas jangkauan akun (*engagement*) dan meraih *followers* lebih efektif. *Reels* berupa video pendek dengan orientasi vertikal berdurasi maksimal 90 detik yang dapat diedit, seperti menambah filter, efek, teks, atau suara sebelum di-*upload* di Instagram. *Reels* Instagram didukung dengan akses editing yang luas yang sangat bermanfaat bagi *content creator*. Selain itu, *reels* juga memiliki *reels template*, di mana *user* lain dapat menggunakan *template reels* yang dibuat orang lain secara gratis (Vitasari dan Hasanudin, 2022).

Manfaat *Instagram reels* adalah lebih mudah menjangkau audiens, meningkatkan *traffic*, meningkatkan *brand awareness*, dan orientasi serta dimensi kompatibel dengan media sosial lainnya. Sejak peluncurannya, algoritma Instagram lebih berfokus pada konten video daripada foto. Selain itu, *reels* didukung dengan fitur menambahkan musik dan pilihan *trending audio*. Jadi ketika *user* memasukkan audio yang sedang *trend* ke dalam *Reels*-nya, otomatis *Reels* akan ditampilkan dengan konten lain yang menggunakan audio tersebut. Hal inilah yang membuat konten *Reels* lebih mudah dilihat orang lain. Bahkan akun dengan *follower* yang sedikit bisa memiliki jumlah *viewer Reels* hingga ribuan. Karena dapat memiliki jangkauan yang luas, *Reels* dapat meningkatkan *traffic*. Audiens yang tertarik dengan suatu *Reels* berpotensi untuk *like*, komen, *share*, atau mengunjungi profil pemilik konten. Aktivitas tersebut dapat meningkatkan *engagement rate* dan *followers* suatu akun. *Reels* menjadi alat yang tepat untuk menunjukkan kreativitas dan keahlian pemilik akun. Membuat konten *Reels* yang unik dan berbeda dari lainnya dapat membuat suatu akun lebih dikenal. Rasio video *Reels* yang baik adalah 9:16 dengan dimensi 1.080 pixel x 1.920 pixel. Dengan ukuran ini, *user* bisa meng-*upload* video *Reels* di media sosial lain seperti Facebook, TikTok, dan YouTube Shorts (Cindy, 2021).

Konten *Instagram Reels* yang tepat dapat membuat perbedaan besar pada penjualan, meningkatkan profil industri perhotelan, seperti memperkenalkan fasilitas baru, mengumumkan penawaran khusus, atau memberi tahu kepada konsumen tentang peningkatan produk dan jasa yang telah dilakukan. Konten *Instagram Reels* dianggap medium yang efektif sebagai media promosi untuk menawarkan berbagai fasilitas dan pelayanan yang dimiliki hotel. Ketertarikan calon konsumen dipercaya meningkat jika hotel dapat menyuguhkan kelebihan lokasinya dengan bagus dan menarik (*instagramable*) melalui media audio visual. Hal ini seharusnya menjadi *concern* para pengelola hotel yang menjadi anggota PHRI Kota Surakarta. Media komunikasi dengan berbagai promo dan fasilitas seharusnya tidak hanya melalui *e-flyer* sebagaimana banyak dilakukan, namun juga melalui Instagram.

Sasaran pengabdian kepada masyarakat ini adalah tim promosi dan pemasaran hotel yang menjadi anggota PHRI Kota Surakarta. Merujuk pada kompetensi yang harus dimiliki oleh tim promosi dan pemasaran hotel anggota PHRI Surakarta, ditemukan beberapa kesenjangan, diantaranya: kurangnya pengetahuan dan teknik pembuatan konten Instagram reels dan keterbatasan waktu yang disebabkan oleh kesibukan dalam mempromosikan dan memasarkan hotel secara manual (*sales call*) ke para *stakeholder*.

Secara terinci, tujuan Pengabdian Masyarakat dengan judul *Pelatihan Pembuatan Konten Instagram Reels untuk Promosi Hotel bagi anggota PHRI Kota Surakarta* adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi oleh para Dosen Universitas Surakarta, ITB AAS Indonesia, dan Universitas Slamet Riyadi.
- b. Untuk dapat memanfaatkan ilmu pengetahuan, khususnya tentang pembuatan konten Instagram reels, baik dari aspek isi, aspek menggunakan bahasa yang menarik dan promotif, maupun aspek hukum pada kehidupan praktik yang nyata di bidang promosi dan

pemasaran hotel.

- c. Untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dengan cara melatih tim promosi dan pemasaran hotel agar memiliki kompetensi pembuatan konten Instagram reels sehingga dapat membuat konten Instagram reels sendiri yang berkualitas (bagus dan menarik) sebagai media promosi bagi tamu/wisatawan yang akan berkunjung dan menginap di hotel-hotel di Kota Surakarta.

Pengabdian Masyarakat dengan judul *Pelatihan Pembuatan Konten Instagram Reels untuk Promosi Hotel bagi Anggota PHRI Kota Surakarta* mengambil waktu dan tempat pelaksanaannya sebagai berikut:

- a. Hari, tanggal : Selasa, 23 Juli 2024
- b. Waktu : Jam 08.30 sd. 11:30 WIB
- c. Tempat : Sala View Hotel Solo, Jl. Slamet Riyadi No. 450 Kota Surakarta 5714
- d. Peserta : Tim Promosi dan Pemasaran hotel-hotel anggota PHRI Kota Surakarta

**2. METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan berbasis kompetensi (*competency-based training*). Metode ini merupakan elemen kritis dari strategi organisasi yang terbukti berhasil untuk melatih, mengevaluasi, dan meningkatkan kinerja karyawan. Pelatihan berbasis kompetensi membantu karyawan untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan baru, dan meningkatkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan dengan efektif. Dengan mengimplementasikan program pelatihan berbasis kompetensi, perusahaan dapat memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan peran pekerjaan dengan efektif (Mutaqin, 2024). Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, karyawan cenderung merasa lebih percaya diri dalam bekerja.

Pelatihan pembuatan konten *Instagram Reels* dilaksanakan dalam satu hari pada Selasa, 23 Juli 2024 secara tatap muka yang diikuti oleh 50 karyawan hotel anggota PHRI Kota Surakarta bertempat di Sala View Hotel Solo, Jl. Slamet Riyadi No. 450 Kota Surakarta. Perangkat lunak yang digunakan untuk mendukung proses pelatihan antara lain laptop, *LDC Projector*, dan *smartphone* dari pemateri dan peserta pelatihan.

Rangkaian kegiatan pelatihan pembuatan konten *Instagram Reels* berbasis kompetensi untuk promosi hotel bagi anggota PHRI Kota Surakarta meliputi beberapa tahap/siklus, yakni identifikasi kebutuhan pelatihan, perencanaan pelatihan, pelaksanaan pelatihan, dan pengukuran hasil sebagaimana tertera pada bagan 1 berikut ini:



## Bagan 1. Tahapan/siklus pelatihan dalam kegiatan pengabdian

## 2.1 Tahap Identifikasi Kebutuhan Pelatihan

Tahap identifikasi kebutuhan pelatihan dilakukan melalui survei dan wawancara terhadap tim promosi dan pemasaran hotel anggota PHRI Kota Surakarta. Dari survei dan wawancara tersebut diperoleh beberapa permasalahan yang mengerucut pada kebutuhan pengetahuan dan keterampilan pembuatan konten Instagram reels untuk promosi hotel.

## 2.2 Tahap Perencanaan Pelatihan

Tahap perencanaan pelatihan dilakukan melalui koordinasi tim pengabdian dengan pengurus PHRI Kota Surakarta terkait tempat dan waktu pengabdian, media untuk sosialisasi kegiatan, pendaftaran pelatihan, persiapan materi, peralatan, dan persiapan dokumentasi.

## 2.3 Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Tahap pelaksanaan pelatihan dijelaskan melalui *rundown* kegiatan berikut ini:

Tabel 1. *Rundown* Kegiatan Pelatihan

No	Waktu	Kegiatan	Penanggungjawab
1	08.30 – 09.00	Registrasi Ulang Peserta	Tim Pelaksana
2	09.00 – 09.15	Sambutan Kepala Humas & Pemasaran PHRI Kota Surakarta	Bapak Yudho Nagoro
3	09.15 – 10.00	Materi Teori (Pemilihan Objek Video dan Penggunaan Bahasa yang Menarik dan Promotif)	Dr. Budi Purnomo, M.Hum.
4	10.00 – 10.20	Materi Teori (Instagram dan Undang-undang Transaksi Elektronik (UU ITE)	Imam Al Ghozali Hide Wulakada, S.H., M.H., CLA
5	10.20 – 11.10	Praktik Pembuatan Konten <i>Instagram Reels</i> untuk Promosi Hotel	Dr. Purwanto, S.E., M.Par., CHA
6	11.10 – 11.20	Pengunggahan Hasil Pelatihan (Produk <i>Instagram Reels</i> ke <i>WhatsApp Group</i> )	Dr. Purwanto, S.E., M.Par., CHA
7	11.20 – 11.30	Penutup	Dr. Budi Purnomo, M.Hum.

## 2.4 Tahap Pengukuran Hasil

Tahap pengukuran hasil dilakukan melalui *review* dan pemberian masukan terhadap produk Instagram reels untuk promosi hotel dari para peserta pelatihan yang telah diunggah ke dalam *WhatsApp group*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pelatihan pembuatan konten *Instagram Reels* untuk promosi hotel bagi anggota PHRI Kota Surakarta dapat diuraikan sebagai berikut:

## 3.1 Pemilihan Objek Video dan Penggunaan Bahasa yang Menarik dan Promotif

Di dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, pemberian materi pertama, yakni “Pemilihan Objek Video dan Penggunaan Bahasa yang Menarik dan Promotif” disampaikan tips-tips memilih objek yang akan dibuat video dan ditambahkan diksi (pemilihan kata-kata) yang menarik dan promotif, yaitu: pilih topik yang relevan dan menarik; gunakan tagar (*hashtag*) yang populer; perhatikan kualitas visual; buat pendahuluan yang “bombastis”; sertakan *call-to-action*, pilih waktu yang tepat; dan kolaborasi dengan pengguna lain (Santika, 2023).

Petunjuk singkat untuk membuat konten *Instagram Reels* yang menarik dan efektif untuk promosi hotel di Kota Surakarta meliputi:

- a. Fokus pada Keunikan Hotel. Tampilkan keindahan dan fasilitas unggulan hotel seperti kamar, kolam renang, restoran, atau pemandangan sekitar hotel.
- b. Lokasi Kota Surakarta. Masukkan cuplikan tempat menarik di sekitar hotel (misalnya keraton, pasar tradisional, atau pusat kota) untuk memberikan konteks bahwa hotel ini berada di lokasi strategis.
- c. Pengalaman Tamu. Tampilkan tamu yang sedang menikmati fasilitas hotel, seperti beristirahat di kamar, menikmati makanan, atau bersantai di area umum.
- d. Judul yang Menarik. Gunakan teks singkat di awal untuk menarik perhatian, seperti: "Rasakan Pengalaman Menginap Tak Terlupakan di Kota Surakarta!"
- e. *Call-to-Action (CTA)*. Ajak *audiens* untuk bertindak, misalnya, "Book now dan nikmati diskon spesial!"
- f. Bahasa yang Bersahabat. Gunakan bahasa yang hangat dan ramah, seperti: "Temukan kenyamanan dan kemewahan hanya di (Nama Hotel)".
- g. Sorot Fitur Utama. Gunakan teks dan suara untuk menyoroti fitur unggulan hotel seperti "Kamar mewah dengan pemandangan kota", "Fasilitas lengkap", atau "Dekat dengan destinasi wisata terkenal".
- h. Visual yang Estetik. Gunakan pencahayaan yang baik dan stabil untuk menampilkan objek dengan jelas.
- i. Musik yang Sesuai. Pilih musik yang *upbeat* atau santai sesuai dengan atmosfer hotel. Musik yang enerjik cocok untuk hotel dengan konsep modern dan dinamis, sementara musik yang lebih kalem cocok untuk hotel dengan konsep relaksasi.

Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, konten *Instagram Reels* akan lebih menarik, mudah dipahami, dan efektif dalam menarik perhatian calon tamu hotel di Kota Surakarta.

### 3.2 Instagram dan Undang-undang Transaksi Elektronik (UU ITE)

Pemberian materi kedua, yakni "Instagram dan Undang-undang Transaksi Elektronik (UU ITE), disampaikan tata aturan berinstagram dan ancaman sanksi bagi pelanggar tata aturan berinstagram menurut UU ITE. Perbuatan yang dilarang meliputi Pasal 27 ayat (1) setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyiarkan, mempertunjukkan, mendistribusikan, mentransmisikan, dan/membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki perbuatan yang melanggar kesusilaan untuk diketahui umum; Pasal 27A setiap orang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain dengan cara menuduhkan suatu hal, dengan maksud supaya hal tersebut diketahui umum dalam bentuk Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang dilakukan melalui Sistem Elektronik; Pasal 28 ayat (1) setiap orang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen dalam Transaksi Elektronik; Pasal 28 ayat (2) setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sifatnya menghasut, mengajak, atau memengaruhi orang lain sehingga menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan terhadap individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan ras, kebangsaan, etnis, warna kulit, agama, kepercayaan, jenis kelamin, disabilitas mental, atau disabilitas fisik; Pasal 28 ayat (3) setiap orang dengan sengaja menyebarkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang diketahuinya memuat pemberitahuan bohong yang menimbulkan kerusuhan di masyarakat; Pasal 29 setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik secara langsung kepada korban yang berisi ancaman kekerasan dan/atau menakut-nakuti; Pasal 36 setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 sampai

dengan Pasal 34 yang mengakibatkan kerugian material bagi orang lain [8].

Ketentuan pidana meliputi Pasal 27 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah); perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dipidana dalam hal: (a) dilakukan demi kepentingan umum; (b) dilakukan untuk pembelaan atas dirinya sendiri; atau (c) Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik tersebut merupakan karya seni, budaya, olahraga, kesehatan, dan/atau ilmu pengetahuan; Pasa 45 ayat (3) Pelanggaran Pasal 27 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah); Pasal 45 ayat (4) pelanggaran Pasal 27A dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp 400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah); Pasal 45 ayat (5) ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) merupakan tindak pidana aduan yang hanya dapat dituntut atas pengaduan korban atau orang yang terkena tindak pidana dan bukan oleh badan hukum; Pasal 45 ayat (6) dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) tidak dapat dibuktikan kebenarannya dan bertentangan dengan apa yang diketahui padahal telah diberi kesempatan untuk membuktikannya, dipidana karena fitnah dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp 750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah); Pasal 45 ayat (7) tidak bisa dipidana dalam hal: a. dilakukan untuk kepentingan umum; atau b. dilakukan karena terpaksa membela diri; Ayat (8) pelanggaran Pasal 27B ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah); Ayat (9) jika dilakukan dalam lingkungan keluarga, penuntutan pidana hanya dapat dilakukan atas aduan; Ayat (10) pelanggaran Pasal 27B ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah); Ayat (11) hanya dapat dituntut atas pengaduan korban tindak pidana (Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2028 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, 2024).

### 3.3. Praktik Pembuatan Konten *Instagram Reels* untuk Promosi Hotel

Pemberian materi ketiga, yakni “Praktik Pembuatan Konten *Instagram Reels* untuk Promosi Hotel”, disampaikan cara membuat reels di Instagram, yakni dengan langkah-langkah sebagai berikut: buka aplikasi Instagram di telepon seluler dan menggunakan akun yang sesuai dengan keinginan; pilih opsi reels; gunakan dan manfaatkan fitur kreatif untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik video; rekam video; edit video untuk menciptakan narasi yang lebih terstruktur dan menarik; tambahkan teks dan stiker untuk menyampaikan pesan secara lebih jelas kepada audiens serta memberikan sentuhan visual yang kreatif; atur gambar sampul yang menarik yang menggambarkan isi video reels dan membuat audiens penasaran untuk menonton; dan tentukan privasi (bisa ditonton siapa saja atau hanya terbatas untuk akun tertentu) dan bagikan. Setelah semua langkah tersebut diselesaikan, tekan tombol “publish” untuk mempublikasikan video (Santika, 2023).



Foto 1. Penyampaian materi pembuatan konten *Instagram reels*

Kemudian pelatihan dilanjutkan dengan praktik praktik pembuatan konten *Instagram Reels* untuk promosi hotel. Pada sesi ini tim promosi dan pemasaran hotel anggota PHRI Kota Surakarta sangat aktif dan kreatif mengikuti pelatihan.



Foto 2. Aktivitas dan kreativitas peserta pelatihan dalam pembuatan konten Instagram Reels

Dari hasil sesi teori dan praktik pelatihan pembuatan konten *Instagram Reels* ini, setelah pengumpulan hasil konten *Instagram Reels* melalui unggahan di *WhatsApp group* didapatkan hasil yang baik, diantaranya adalah sebagai berikut:

**BPC PHRI SURAKARTA**

Aplikasi **Solo Destination**

Yuk Ikuti SURVEY KEBERMA APLIKAS DESTINA

FACEBOOK @PHRISURAKARTA

INSTAGRAM @PHRISURAKARTA

phrisurakarta • Ikuti  
Audio asli

phrisurakarta Dengan adanya aplikasi Solo Destination, maka untuk informasi wisata dan segala hal kebutuhan untuk akomodasinya akan lebih mudah di sinergikan. Semoga dengan semakin dikembangkannya aplikasi ini bersama BPC PHRI Surakarta, pariwisata dikota Solo akan semakin bergelora.

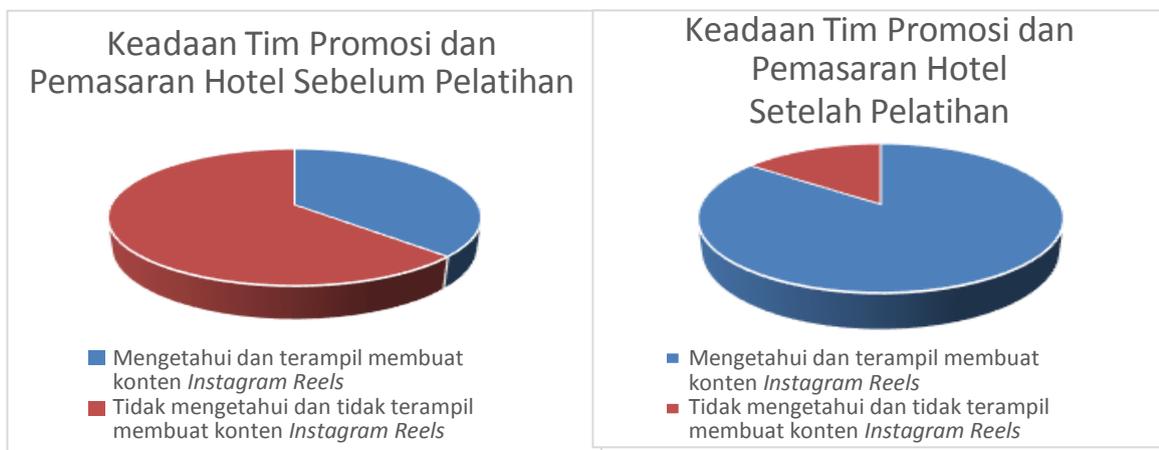
#solo #solodestination #wisatasolo #kotasolo #infosolo #app #aplikasi #phri #phrisurakarta #wisata #wisataindonesia #infowisata #paketwisata #jelajahsolo #soloevent #mediasolo #surakarta

1 minggu



Foto 3. Hasil konten *Instagram Reels* yang dibuat oleh peserta pelatihan

Selanjutnya setelah diadakan pengukuran perbandingan pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum pelatihan dan setelah pelatihan berdasarkan survei terdapat peningkatan sebesar 49,3% terkait pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten *Instagram Reels* untuk promosi hotel dari peserta pelatihan sebagaimana bagan lingkaran berikut:



Bagan 2. Pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan setelah pelatihan

Sebagai tindak lanjut kegiatan ini, tim pengabdian melakukan monitoring dan pendampingan terhadap tim promosi dan pemasaran hotel anggota PHRI Kota Surakarta melalui *WhatsApp group*. Hal ini dilakukan agar dapat membantu tim promosi dan pemasaran mempromosikan hotel mereka dengan konten *Instagram Reels* yang berkualitas (bagus dan menarik) untuk menarik kunjungan wisatawan ke Kota Surakarta dan menginap di hotel-hotel mereka.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan produk hasil pelatihan berupa *Instagram Reels* yang diunggah ke dalam *WhatsApp Group*, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan pembuatan konten Instagram reels untuk promosi hotel bagi anggota PHRI Kota Surakarta ini berjalan dengan baik dan sukses. Mayoritas peserta pelatihan mampu membuat konten *Instagram Reels* yang bagus dan menarik dengan *smartphone* yang mereka miliki. Harapannya, pelatihan pembuatan konten Instagram reels ini dapat membantu tim promosi dan pemasaran hotel anggota PHRI Kota Surakarta sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Surakarta dan dengan *length of stay* tamu di hotel-hotel mereka lebih lama akan menaikkan tingkat penghunian kamar hotel (TPK) di Kota Surakarta.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada *General Manager* Sala View Hotel Solo yang telah berkenan menyediakan ruangan sebagai tempat pengabdian serta kepada segenap tim promosi dan pemasaran hotel anggota PHRI Kota Surakarta atas keaktifan dan kreatifitasnya dalam mengikuti pelatihan pembuatan konten *Instagram Reels* ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2024. Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Udara Tahun 2024, <https://surakartakota.bps.go.id/pressrelease/2024/04/01/274/perkembangan-pariwisata-dan-transportasi-udara-februari-2024.html>, diakses tanggal 5 April 2024.
- Cindy, A., 2021. 10 Tips Memanfaatkan Instagram Reels untuk Promosi Bisnis, <https://www.exabytes.co.id/blog/tips-instagram-reels-untuk-promosi-bisnis/>, diakses tanggal 12 Februari 2024.
- Martin, W. dan Husen, M. F., 2020. Pemanfaatan instagram sebagai media promosi hotel grand keisha. *Jurnal Daya Saing*. Vol. 6, No. 1 Februari 2020.
- Mutaqin, A. A., 2024. Pelatihan Berbasis Kompetensi/Competency Based Training, <https://highlandexperience.co.id/pelatihan-berbasis-kompetensi/>, diakses tanggal 15 Februari 2024.
- Nugraha, R. N., Safira, A. Y., dan Raditia, W., 2023. Pemanfaatan instagram sebagai media promosi hotel teraskita jakarta. *Jurnal Daya Saing*. Vol. 9, No. 1 Februari 2023.
- Santika, R., 2023. 7 Cara Membuat Reels di Instagram Yang Pasti Banjir Likes,

<https://www.sribu.com/id/blog/cara-membuat-reels/>, diakses tanggal 17 Februari 2024.

Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, <https://diskominfo.mataramkota.go.id/storage/app/media/Kebijakan/Rangkuman%20Perbuatan%20Yang%20Dilarang%20dan%20Ketentuan%20Pidana%20-%20Revisi%20UU%20ITE%202024.pdf> , diakses tanggal 18 Februari 2024.

Vitasari, N. dan Hasanudin, C., 2022. Pemanfaatan Fitur Reels Instagram pada Pembelajaran Membaca Puisi guna Mendukung Gerakan Merdeka Belajar di Sekolah Menengah. *Prosiding Senada (Seminar Nasional Daring)*, Bojonegoro, 4 Juli 2022.