

ABSTRAK

Pada setiap kurun waktu, manusia dikategorikan dalam suatu kelompok generasi dan setiap generasi memiliki karakteristik masing-masing. Dalam setiap kelompoknya, generasi tersebut dikategorikan berdasarkan tahun lahir, diantaranya generasi X, Y dan Z hingga gen Alpha. Generasi Z yang lahir tahun 1995-2009 menempati peringkat pertama jumlah penduduk di Indonesia maupun dunia, dan pada masa ini sedang berada di puncak usia produktif. Karakteristik dari generasi Z adalah “*melek teknologi*”, karena tahun lahir generasi Z beriringan dengan meluasnya internet, berkembangnya smartphone, dan munculnya jejaring media sosial. Instagram menempati peringkat pertama sebagai aplikasi yang digunakan oleh generasi Z dalam memperoleh informasi. Di Instagram sendiri saat ini sedang muncul trend dengan mengunggah foto-foto yang dianggap estetik dan menarik perhatian orang banyak. Dikalangan generasi Z hal ini dikenal dengan istilah foto *Instagramable*. Trend foto *instagramable* tersebut dimanfaatkan oleh beberapa pelaku usaha, salah satunya Hotel Kollektiv yang mengusung konsep *instagramable* dalam tema hotelnya. Pemanfaatan trend tersebut dapat dikatakan sebagai kegiatan *Digital Branding*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan digital branding yang dilakukan oleh Hotel Kollektiv dalam mencapai pangsa pasar generasi Z. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara. Sumber data berasal dari sorang informan utama, tiga informan pendukung dan seorang informan ahli.

Kata Kunci : digital branding, instagram, generasi Z, hotel Kollektiv.