



Analisis Penggunaan Bahasa Digital pada Aplikasi Mobile Check-In dalam Pelayanan Hotel di Rooms Inc Hotel Semarang

Mohamad Nur Ilham^{1*}, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Ivo Dinasta Yanuar², Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Yati Haryati³, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Email: mohnurilhamfebryn2@gmail.com^{1*}

Abstract

The development of digital technology in the hospitality industry has prompted a change in the service system from face-to-face communication to digital application-based communication. Rooms Inc Hotel Semarang uses the Just IN Mobile Check-in Mobile application as a service innovation to make the check-in process easier for guests. However, the use of digital language, symbols, and communication features in the application still poses barriers to understanding for some consumers. This study aims to analyze the use of digital language in the Mobile Check-in application in hotel services at Rooms Inc Hotel Semarang. The research focus includes forms of digital communication, understanding consumer semiotics, and the impact of digital language on consumer decisions in using hotel services. This study uses a qualitative method with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the study show that digital communication in the Just IN Mobile application has changed the service pattern from face-to-face communication to a more efficient, fast, and practical digital system. The digital language used is designed to be simple, clear, and easy to understand, making it easier for users to understand instructions and use the application. Digital communication is also supported by the use of icons, colors, notifications, audio, and video guides that strengthen the user's understanding of the application system. From a semiotic perspective, users understand symbols at the denotative, connotative, and mythical levels that shape the perception of hotels as modern, safe, professional, and technology-based. In addition, digital language has a positive impact on consumer decisions through increased convenience, efficiency, security, and service satisfaction. This research shows that the integration of digital communication and human interaction is an important factor in creating effective and quality hotel services.

Keywords: *Digital Communication, Semiotics, Mobile Check-in, Consumer Decisions, Hotel Services*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dalam industri perhotelan mendorong perubahan sistem pelayanan dari komunikasi tatap muka menjadi komunikasi berbasis aplikasi digital. Rooms Inc Hotel Semarang menggunakan aplikasi Mobile Check-in Just IN Mobile sebagai inovasi pelayanan untuk mempermudah proses check-in tamu. Namun, penggunaan bahasa digital, simbol, dan fitur komunikasi dalam aplikasi masih menimbulkan hambatan pemahaman bagi sebagian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa digital pada aplikasi Mobile Check-in dalam pelayanan hotel di Rooms Inc Hotel Semarang. Fokus penelitian meliputi bentuk

* Corresponding author : Mohamad Nur Ilham

Received: Mei 20, 2026; Revised: Juni 2, 2026; Accepted: Juni 23, 2026

komunikasi digital, pemahaman semiotika konsumen, serta dampak bahasa digital terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan hotel. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital pada aplikasi Just IN Mobile telah mengubah pola pelayanan dari komunikasi tatap muka menuju sistem digital yang lebih efisien, cepat, dan praktis. Bahasa digital yang digunakan dirancang sederhana, jelas, dan mudah dipahami sehingga mempermudah pengguna dalam memahami instruksi dan menggunakan aplikasi. Komunikasi digital juga didukung oleh penggunaan ikon, warna, notifikasi, audio, dan video panduan yang memperkuat pemahaman pengguna terhadap sistem aplikasi. Dari perspektif semiotika, pengguna memahami simbol pada tingkat denotatif, konotatif, dan mitos yang membentuk persepsi hotel sebagai modern, aman, profesional, dan berbasis teknologi. Selain itu, bahasa digital memberikan dampak positif terhadap keputusan konsumen melalui peningkatan kenyamanan, efisiensi, rasa aman, dan kepuasan layanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi komunikasi digital dan interaksi manusia menjadi faktor penting dalam menciptakan pelayanan hotel yang efektif dan berkualitas.

Kata kunci: Komunikasi Digital, Semiotika, Mobile Check-in, Keputusan Konsumen, Layanan Hotel

A. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk industri perhotelan. Teknologi dipahami sebagai penerapan ilmu pengetahuan untuk mempermudah aktivitas manusia agar menjadi lebih praktis, cepat, dan efisien. Dalam sektor perhotelan, pemanfaatan teknologi dilakukan melalui penerapan layanan digital seperti aplikasi mobile check-in yang mendukung sistem pelayanan modern berbasis smart system. Kehadiran teknologi tersebut tidak hanya membantu operasional hotel menjadi lebih efektif, tetapi juga memberikan pengalaman pelayanan yang lebih nyaman dan sesuai dengan kebutuhan konsumen di era digital (Lailia et al., 2023).

Aplikasi mobile merupakan program yang dijalankan melalui perangkat bergerak atau smartphone untuk membantu berbagai aktivitas pengguna. Dalam industri perhotelan, aplikasi mobile dimanfaatkan untuk mendukung layanan digital, salah satunya melalui fitur mobile check-in yang memungkinkan tamu melakukan proses registrasi secara mandiri tanpa harus menunggu lama di meja resepsionis (Harumy & Amrul, 2018). Digitalisasi pelayanan hotel saat ini

menjadi strategi penting dalam meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta daya saing industri perhotelan. Tingginya kebutuhan konsumen terhadap pelayanan yang cepat dan praktis mendorong hotel untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam sistem pelayanan, khususnya pada proses check-in dan check-out.

Selain perkembangan teknologi, penggunaan bahasa digital juga menjadi bagian penting dalam komunikasi pelayanan berbasis aplikasi. Bahasa digital merupakan bentuk komunikasi yang digunakan dalam media digital melalui teks, simbol, tanda, emoji, maupun instruksi visual yang dirancang untuk mempermudah interaksi pengguna secara cepat dan efektif. Penggunaan bahasa digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga mencerminkan pola komunikasi modern yang lebih singkat, praktis, dan ekspresif di era internet (Bustomi, 2023). Dalam konteks aplikasi hotel, bahasa digital digunakan untuk membantu tamu memahami instruksi penggunaan layanan secara mandiri melalui tampilan simbol, warna, maupun sistem otomatis yang tersedia pada aplikasi.

Rooms Inc Hotel Semarang merupakan salah satu hotel yang menerapkan konsep pelayanan modern

berbasis digital sejak tahun 2017. Hotel ini memanfaatkan teknologi informasi untuk menghadirkan pelayanan yang cepat, praktis, dan efisien bagi konsumen (Ariska, 2025). Pada masa pandemi Covid-19, Rooms Inc Hotel Semarang mulai menerapkan layanan Mobile Check-in sebagai upaya mengurangi kontak fisik antara tamu dan petugas hotel. Sistem Mobile Check-in tersebut menggunakan aplikasi Just IN Mobile yang berfungsi sebagai kunci digital untuk membuka akses kamar hotel melalui smartphone. Aplikasi ini memanfaatkan teknologi Bluetooth (BLE) dan NFC sehingga pengguna tidak perlu lagi menggunakan kartu fisik untuk mengakses kamar. Sistem tersebut dinilai lebih praktis, fleksibel, dan aman bagi pengguna (Shamanovskyi, 2022).

Aplikasi Just IN Mobile digunakan untuk mendukung proses check-in, akses kamar, serta penyampaian informasi kepada tamu hotel. Penggunaan aplikasi ini bertujuan mempermudah konsumen dalam mengakses layanan hotel secara mandiri melalui smartphone. Selain itu, aplikasi ini juga menjadi media komunikasi digital antara pihak hotel dan tamu sehingga pelayanan dapat dilakukan secara lebih modern dan efektif. Aplikasi Just IN Mobile dapat diunduh melalui Google Play Store maupun App Store sesuai dengan perangkat yang digunakan tamu (System, 2026).

Penerapan Mobile Check-in melalui aplikasi Just IN Mobile menunjukkan adanya penggunaan bahasa digital dalam pelayanan hotel. Bahasa digital yang digunakan berupa instruksi tertulis, simbol semiotika, warna, serta sistem otomatis yang dirancang agar mudah dipahami oleh pengguna. Melalui tampilan yang sederhana, tamu diharapkan mampu menggunakan aplikasi tanpa harus bergantung pada bantuan staf hotel. Meskipun demikian, pihak hotel tetap menyediakan kartu fisik atau key card sebagai alternatif apabila tamu mengalami kendala teknis maupun kesulitan dalam menggunakan teknologi digital (Dyah,

2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pelayanan hotel tetap memerlukan penyesuaian terhadap kondisi dan kemampuan pengguna.

Penggunaan bahasa digital dalam aplikasi hotel memiliki pengaruh penting terhadap efektivitas pelayanan dan pengalaman konsumen. Bahasa komunikasi yang kurang jelas, ambigu, atau sulit dipahami berpotensi menimbulkan kesalahpahaman serta menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap layanan hotel (Nofiyanti et al., 2025). Selain itu, kendala dalam memahami instruksi digital dapat membuat konsumen kembali menggunakan layanan manual, seperti menghubungi staf hotel atau datang langsung ke front desk. Kondisi tersebut menyebabkan efisiensi pelayanan digital menjadi berkurang dan dapat menambah beban kerja operasional hotel (Amirulloh et al., 2024).

Pelayanan hotel pada dasarnya merupakan bentuk layanan jasa yang bertujuan memenuhi kebutuhan tamu melalui penyediaan fasilitas penginapan, makanan, minuman, serta pelayanan lainnya dengan mengutamakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan (Noviastuti, 2020). Oleh karena itu, penggunaan bahasa digital dalam aplikasi mobile check-in menjadi hal yang penting untuk mendukung kualitas pelayanan berbasis self-service. Penelitian sebelumnya oleh Widayanti & Nugraha (2025) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa digital dalam aplikasi mobile check-in masih memiliki berbagai kendala teknis maupun hambatan komunikasi semiotika. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah kesalahpahaman terhadap instruksi digital, seperti penggunaan simbol atau perintah tertentu dalam aplikasi smartkey.

Dalam kasus di Rooms Inc Hotel Semarang, permasalahan yang muncul

lebih berfokus pada penggunaan bahasa digital dalam pelayanan hotel yang terkadang masih menimbulkan kebingungan bagi pengguna. Kondisi tersebut membuat sebagian tamu kembali memilih layanan manual sehingga efektivitas pelayanan digital menjadi kurang optimal (Amirulloh et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penggunaan bahasa digital dalam aplikasi Mobile Check-in di Rooms Inc Hotel Semarang, khususnya terkait bentuk komunikasi digital, efektivitas pelayanan self-service, serta hambatan semiotika yang memengaruhi pengalaman dan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan hotel berbasis digital.

B. MATERIAL AND METHOD

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena penggunaan bahasa digital dalam aplikasi Mobile Check-in pada pelayanan hotel di Rooms Inc Hotel Semarang. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan bentuk komunikasi digital, efektivitas penggunaan bahasa digital, serta hambatan yang muncul dalam penggunaan aplikasi Just IN Mobile pada pelayanan hotel.

Lokasi penelitian dilakukan di Rooms Inc Hotel Semarang yang beralamat di Jalan Pemuda No.150, Semarang, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada penerapan sistem Mobile Check-in berbasis digital menggunakan aplikasi Just IN Mobile yang mendukung konsep pelayanan hotel modern. Fokus penelitian diarahkan pada penggunaan bahasa digital dalam aplikasi sebagai media komunikasi antara pihak hotel dan konsumen.

Subjek penelitian terdiri dari pihak pengelola hotel, staff Front Office, Guest Relation Officer (GRO), serta tamu hotel yang menggunakan aplikasi Just IN Mobile. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan

informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai kebutuhan penelitian. Informan dipilih karena dianggap memiliki pengalaman dan pemahaman terkait penggunaan aplikasi Mobile Check-in dalam pelayanan hotel.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman penggunaan aplikasi, bentuk komunikasi digital, serta kendala yang dialami dalam penggunaan bahasa digital pada aplikasi Mobile Check-in. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses pelayanan hotel dan penggunaan aplikasi Just IN Mobile oleh tamu hotel. Sementara itu, dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan foto, tampilan aplikasi, serta data pendukung lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami. Tahap terakhir dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi mengenai penggunaan bahasa digital dalam aplikasi Mobile Check-in di Rooms Inc Hotel Semarang.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pihak hotel dan tamu pengguna aplikasi, sedangkan triangulasi teknik dilakukan melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipercaya.

C. RESULTS AND DISCUSSION

1. Results

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa digital dalam aplikasi

Just IN Mobile di Rooms Inc Hotel Semarang memiliki peran penting dalam mendukung pelayanan hotel berbasis digital. Bahasa digital dalam aplikasi dirancang menggunakan kalimat yang sederhana, singkat, jelas, dan mudah dipahami oleh pengguna dari berbagai latar belakang. Hal ini diperkuat melalui hasil wawancara dengan pengelola hotel yang menyatakan bahwa bahasa pada aplikasi dibuat tidak ambigu serta mudah dipahami oleh pengguna umum .

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, komunikasi digital dalam aplikasi tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui ikon, warna, video panduan, serta notifikasi sistem yang membantu pengguna memahami fungsi aplikasi secara mandiri. Penggunaan ikon kunci, instruksi “tap”, warna hijau sebagai indikator berhasil, serta video panduan membuka pintu kamar menjadi bagian dari bentuk komunikasi digital yang diterapkan dalam aplikasi . Sebagian besar tamu menyatakan bahwa tampilan aplikasi mudah dipahami dan membantu proses navigasi penggunaan aplikasi, bahkan bagi pengguna baru .

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemahaman semiotika konsumen terhadap simbol dan instruksi dalam aplikasi cukup baik. Sebagian besar tamu memahami makna ikon dan instruksi yang digunakan karena simbol tersebut dianggap familiar dalam penggunaan teknologi digital sehari-hari . Namun demikian, terdapat beberapa pengguna yang masih membutuhkan proses adaptasi pada penggunaan pertama karena belum terbiasa menggunakan teknologi serupa .

Selain itu, penggunaan bahasa digital dalam aplikasi Just IN Mobile memberikan dampak positif terhadap pengalaman pengguna. Sebagian besar tamu merasa aplikasi lebih praktis karena dapat digunakan untuk mengakses kamar tanpa harus menggunakan kartu fisik. Pengguna juga merasa proses pelayanan menjadi lebih cepat, efisien, dan modern karena cukup menggunakan smartphone

untuk membuka akses kamar . Beberapa informan bahkan menyatakan lebih memilih aplikasi dibandingkan kartu fisik karena dianggap lebih praktis dan mengurangi risiko kehilangan kunci kamar.

Meskipun demikian, penelitian juga menemukan beberapa kendala dalam penggunaan aplikasi Mobile Check-in. Kendala yang sering muncul meliputi baterai handphone habis, perangkat yang tidak mendukung aplikasi, serta kurangnya pemahaman pengguna terhadap instruksi digital dalam aplikasi . Selain itu, faktor situasional seperti membawa banyak barang, membawa anak kecil, atau mendampingi keluarga disabilitas membuat sebagian tamu merasa penggunaan aplikasi sedikit lebih ribet dibandingkan penggunaan kartu fisik . Oleh karena itu, pihak hotel tetap menyediakan alternatif berupa kartu fisik sebagai bentuk fleksibilitas pelayanan bagi tamu yang mengalami kendala teknis maupun kesulitan dalam penggunaan teknologi digital.

2. Discussion

Transformasi komunikasi layanan di Rooms Inc Hotel Semarang menunjukkan perubahan dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi digital melalui aplikasi Just IN Mobile. Perubahan ini bertujuan meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kemudahan layanan hotel melalui penggunaan bahasa digital yang sederhana, ringkas, dan mudah dipahami (Andi et al., 2023). Penggunaan bahasa yang jelas dalam aplikasi menjadi penting karena komunikasi digital tidak melibatkan interaksi langsung, sehingga instruksi harus dirancang agar mudah dipahami pengguna tanpa menimbulkan kebingungan (Karmila et al., 2024). Selain itu, kejelasan bahasa juga mendukung pengalaman pengguna (user experience) karena mempermudah adaptasi pengguna terhadap sistem digital (Lasksmiwati et al., 2025).

Penerapan aplikasi Mobile Check-in juga meningkatkan efisiensi operasional hotel, seperti mempercepat proses check-

in dan mengurangi antrean di front desk (Priyadi et al., 2024). Namun, penggunaan komunikasi digital tetap memiliki tantangan, terutama berkurangnya interaksi langsung antara staf dan tamu. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal tetap diperlukan sebagai pelengkap untuk memberikan sentuhan personal dalam pelayanan (Widayanti & Nugraha, 2025). Dalam praktiknya, Rooms Inc Hotel Semarang tetap mempertahankan peran staf sebagai pendamping pengguna aplikasi agar komunikasi digital dan komunikasi interpersonal dapat berjalan secara seimbang (Syah et al., 2026).

Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, aplikasi Just IN Mobile juga membentuk citra hotel sebagai hotel modern dan berbasis teknologi (Putra et al., 2023). Akan tetapi, tidak semua tamu mampu langsung memahami sistem digital karena perbedaan tingkat literasi digital pengguna (Rahmadi & Hayati, 2020). Oleh sebab itu, hotel memberikan edukasi awal terkait penggunaan aplikasi serta menyediakan alternatif kartu fisik apabila pengguna mengalami kesulitan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya bergantung pada sistem aplikasi, tetapi juga pada kemampuan pengguna memahami informasi serta adanya dukungan edukasi dari staf hotel (Oetomo et al., 2023).

Bentuk komunikasi digital dalam aplikasi Just IN Mobile bersifat informatif, edukatif, dan adaptif. Komunikasi informatif terlihat dari penggunaan bahasa yang jelas, singkat, serta adanya notifikasi dan instruksi penggunaan yang mudah dipahami (Mboeik et al., 2020). Komunikasi edukatif terlihat dari adanya video panduan, ikon visual, dan pendampingan staf untuk membantu pengguna memahami aplikasi (Girsang et al., 2026). Sementara itu, komunikasi adaptif terlihat dari fleksibilitas sistem yang mampu menyesuaikan dengan kondisi pengguna, termasuk penyediaan kartu fisik sebagai alternatif bagi tamu yang mengalami kendala teknologi (Anisa

et al., 2026). Dengan demikian, bentuk komunikasi digital dalam aplikasi Just IN Mobile menunjukkan adanya integrasi antara teknologi digital dan komunikasi interpersonal dalam pelayanan hotel. Penggunaan bahasa yang sederhana, respons sistem yang cepat, serta dukungan visual seperti ikon dan video panduan mampu menciptakan pelayanan yang lebih efisien, praktis, dan modern. Namun, komunikasi interpersonal tetap diperlukan sebagai pendukung agar seluruh pengguna dapat memahami dan menggunakan sistem dengan baik.

Pemahaman semiotika konsumen terhadap aplikasi Mobile Check-in menunjukkan bahwa pengguna menafsirkan simbol, ikon, dan instruksi dalam aplikasi sebagai bagian penting dari komunikasi digital. Dalam semiotika, tanda terdiri dari penanda (signifier) dan petanda (signified) yang membentuk makna melalui proses interpretasi pengguna (Cakrawala, 2024). Pada aplikasi Just IN Mobile, simbol seperti ikon kunci, tombol "tap", warna hijau, dan notifikasi dipahami sebagai tanda akses, keberhasilan, dan petunjuk penggunaan sistem. Penggunaan simbol yang bersifat universal memudahkan pengguna memahami fungsi aplikasi tanpa memerlukan penafsiran yang rumit (Firsyawardana et al., 2025).

Pada tingkat denotatif, pengguna dapat memahami fungsi simbol secara langsung, seperti ikon kunci untuk membuka akses kamar atau notifikasi sebagai tanda keberhasilan sistem. Pada tingkat konotatif, simbol dan tampilan visual aplikasi membentuk kesan modern, praktis, dan aman bagi pengguna (Reswari & Ardha, 2025). Sementara pada tingkat mitos, penggunaan teknologi digital dalam hotel membangun citra bahwa hotel lebih maju, profesional, dan mengikuti perkembangan zaman (Firsyawardana et al., 2025).

Namun, pemahaman semiotika pengguna tidak selalu berlangsung secara cepat karena dipengaruhi oleh tingkat

literasi digital dan pengalaman penggunaan teknologi. Pengguna baru cenderung membutuhkan proses adaptasi sebelum memahami simbol dan instruksi dalam aplikasi secara penuh. Oleh karena itu, pihak hotel memberikan edukasi awal serta bantuan langsung dari staf untuk memperkuat pemahaman pengguna terhadap sistem aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman semiotika dalam aplikasi tidak hanya bergantung pada desain simbol, tetapi juga pada pengalaman, kebiasaan, dan dukungan komunikasi interpersonal (Ikmal et al., 2025).

Dengan demikian, pemahaman semiotika konsumen terhadap aplikasi Just IN Mobile menunjukkan bahwa simbol, ikon, dan instruksi visual mampu membantu pengguna memahami sistem digital secara bertahap. Makna simbol tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga membentuk persepsi modern dan profesional terhadap layanan hotel. Namun, keberhasilan komunikasi semiotika tetap dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dan tingkat literasi digital masing-masing individu.

Penggunaan bahasa digital dalam aplikasi Mobile Check-in di Rooms Inc Hotel Semarang memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan hotel. Bahasa digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga membentuk persepsi, pengalaman, dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan hotel (Kurnia & Andarini, 2022). Penggunaan bahasa yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami membantu pengguna memahami sistem dengan cepat sehingga dapat mengurangi ketidakpastian dalam penggunaan layanan digital (Wiryany et al., 2022).

Bahasa digital yang efektif juga mendukung terciptanya pengalaman pengguna (*user experience*) yang positif karena mempermudah konsumen dalam mengoperasikan aplikasi (Athikkal & Jenq, 2022). Pengguna merasa aplikasi lebih praktis karena dapat mengakses kamar

menggunakan handphone tanpa harus membawa kartu fisik. Hal ini meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna serta memengaruhi preferensi konsumen untuk lebih memilih aplikasi dibandingkan kartu fisik (Ernantyo & Febry, 2022).

Selain meningkatkan kenyamanan, penggunaan aplikasi juga berdampak pada loyalitas konsumen. Beberapa pengguna menyatakan kembali menginap di hotel yang sama karena merasa puas dengan pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman positif dalam penggunaan aplikasi dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali menggunakan layanan hotel di masa mendatang (Ernantyo & Febry, 2022).

Namun, penggunaan bahasa digital juga memiliki beberapa kendala. Sebagian pengguna masih mengalami kesulitan pada tahap awal penggunaan aplikasi, terutama pengguna lanjut usia atau pengguna dengan literasi digital rendah (Tuhana et al., 2025). Kendala teknis seperti baterai handphone habis, bluetooth tidak diaktifkan, handphone mengalami kendala dan di jaringannya, atau aplikasi yang kurang responsif juga memengaruhi kenyamanan pengguna. Selain itu, faktor situasional seperti membawa banyak barang, terburu-buru, atau mendampingi anak dan keluarga disabilitas membuat sebagian tamu lebih memilih kartu fisik karena dianggap lebih praktis (Puspitasari et al., 2023).

Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan layanan berbasis aplikasi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk kondisi situasional pengguna (Nadya et al., 2025). Oleh karena itu, meskipun aplikasi dianggap lebih modern dan efisien, pihak hotel tetap menyediakan kartu fisik sebagai alternatif layanan serta mempertahankan peran staf dalam memberikan edukasi dan pendampingan kepada tamu yang mengalami kesulitan.

Dengan demikian, penggunaan bahasa digital dalam aplikasi Just IN Mobile memberikan dampak positif terhadap kenyamanan, kepuasan, preferensi, dan loyalitas konsumen. Akan tetapi, efektivitas komunikasi digital tetap dipengaruhi oleh kondisi teknis, pengalaman pengguna, dan situasi penggunaan. Oleh sebab itu, integrasi antara teknologi digital dan komunikasi interpersonal menjadi faktor penting dalam menciptakan pelayanan hotel yang efektif dan berkualitas.

D. CONCLUSION

Bentuk komunikasi digital dalam aplikasi Just IN Mobile di Rooms Inc Hotel Semarang menunjukkan perubahan pelayanan dari sistem konvensional menjadi sistem digital yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Komunikasi digital dilakukan melalui penggunaan bahasa yang sederhana, jelas, serta didukung ikon, notifikasi, warna, dan video panduan yang memudahkan pengguna memahami aplikasi secara mandiri. Komunikasi dalam aplikasi bersifat informatif, edukatif, dan adaptif, namun tetap didukung komunikasi interpersonal dari staf hotel untuk membantu tamu yang mengalami kesulitan. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi digital ditentukan oleh perpaduan antara teknologi dan interaksi manusia dalam pelayanan hotel.

Pemahaman semiotika konsumen terhadap aplikasi Just IN Mobile menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna mampu memahami simbol, ikon, warna, dan instruksi dalam aplikasi dengan baik. Simbol seperti ikon kunci, instruksi "tap", warna hijau, notifikasi, dan video panduan dimaknai sebagai tanda akses, keberhasilan sistem, dan petunjuk penggunaan aplikasi. Pemahaman tersebut terbentuk melalui pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi digital sehari-hari. Meskipun beberapa pengguna memerlukan proses adaptasi di awal penggunaan, pemahaman menjadi lebih baik setelah penggunaan berulang dan adanya edukasi dari staf hotel.

Dengan demikian, semiotika dalam aplikasi berfungsi sebagai media komunikasi visual yang membantu pengguna memahami layanan hotel dengan lebih mudah.

Penggunaan bahasa digital dalam aplikasi Just IN Mobile memberikan dampak besar terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan hotel. Bahasa yang sederhana dan mudah dipahami membuat penggunaan aplikasi terasa lebih praktis, nyaman, dan efisien sehingga meningkatkan kepuasan pengguna. Sebagian besar tamu lebih memilih aplikasi dibandingkan kartu fisik karena lebih cepat dan mengurangi risiko kehilangan kunci. Namun, masih terdapat kendala seperti baterai handphone habis, gangguan jaringan, bluetooth bermasalah, masalah perangkat, serta keterbatasan pemahaman teknologi pada sebagian pengguna. Selain itu, kondisi situasional seperti membawa banyak barang atau anak kecil juga membuat beberapa tamu lebih memilih kartu fisik. Meskipun demikian, pengalaman positif penggunaan aplikasi mampu meningkatkan loyalitas konsumen untuk kembali menginap di Rooms Inc Hotel Semarang.

REFERENCES

- Amirulloh, Fahmi et al. (2024). "Digital Transformation in the Hospitality Industry: Improving Efficiency and Guest Experience." *International Journal of Management Science and Information Technology* 4(2):428–37.
- Andi, Asari et al. (2023). *Komunikasi Digital*.
- Anisa et al. (2026). "Systematic Literature Review: Integrasi Adaptive Learning Environment Dan Differentiated Instruction Dalam Meningkatkan Computational Thinking Dan Digital Literacy Siswa." *Jurnal Basicedu* 10(1):38–51.
- Ariska, Devi. (2025). "Wawancara Rooms Inc Hotel."
- Athikkal, Sagina, & John Jenq. (2022). "Voice Chatbot for Hospitality."

- Bustomi, Muhamad. (2023). "Perkembangan Dan Dampak Bahasa Digital Dalam Komunikasi Online."
- Cakrawala, Universitas. (2024). "Pengertian, Konsep Dan Macam-Macam Semiotika."
- Dyah. (2020). "Rooms Inc - Presentation Facilities." 27.
- Ernantyo, Yosef Evandro, & Timotius Febry. (2022). "Pengaruh Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi." *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen* 1(2):107–28.
- Eka Putra, F., & Afrilian, P. (2025). Visual Culture in Social Media: A Study on the Influence of Instagram on Aesthetics and Youth Culture Trends. *Asian Journal of Media and Culture*, 1(1),40-56.<https://doi.org/10.63919/ajmc.v1i1.18>
- Firsawardana, Muhamad Reznu et al. (2025). "Visual Storytelling Untuk Promosi: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan 'Gigih Raih Kemenangan Bersama BCA.'" *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 10(4):822–35. <https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/1805>.
- Girsang et al. (2026). "Kajian Sistematis Model Problem Based Learning Berbantuan Media Pembelajaran Terhadap Peningkatan Literasi Media Siswa." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 8(1):198–207.
- Harumy, Henny Febriana, & Hanifah M. Z. .. Amrul. (2018). "Aplikasi Mobile Zagiyan (Zaringan Digital Nelayan) Dalam Menunjang Produktivitas Dan Keselamatan, Dan Kesehatan Nelayan (Studi Kasus Kelompok Nelayan Percut)." *It Journal Research and Development* 2(2):52–61. doi:10.25299/itjrd.2018.vol2(2).1249.
- Ikmal, Anti Iqomatul et al. (2025). "Peran Desain Komunikasi Visual (DKV) Sebagai Media Pembelajaran Dalam Poses Pembelajaran."
- Karmila, Nurul et al. (2024). "Analisis Struktur Teks Prosedur Dalam Aplikasi Lemon8." *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia ISSN* 9(1):227–33.
- Kurnia, Sindi, & Sonja Andarini. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Tokopedia Di Surabaya." *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 4:1411–22.
- Lailia, Shinta et al. (2023). "Mengintegrasikan Teknologi Digital Dalam Pembelajaran Di Mi/Sd Pada Era Revolusi Industri 5.0." *Journal Of Research And Multidisciplinary* 2(01):82–89. doi:10.62668/significant.v2i01.644.
- Lasksmiwati et al. (2025). "Respon Konsumen Terhadap Layanan Berbasis Teknologi Digital Pada Rumah Makan Kober Mie Setan Di Kota Denpasar." *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 11(6).
- Mboeik, Carolin et al. (2020). "Praktik Digital Public Relations Dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT . PLN (Persero) UIW NTT." *Jurnal Politikom Indonesiana* 5(2):40–54.
- Muzamil, K. (2025). Analysis of Halal Tourism Marketing Strategy Through Instagram: A Comparative Study of Indonesia, Malaysia, and Thailand Based on SWOT Analysis. *i-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 5(2), 26-33.DOI: <https://doi.org/10.31958/itourism.v5i2.16060>
- Nadya, Permatasari et al. (2025). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berkunjung Ke Café (Studi Kasus Café Beli Kopi." *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin* 03(04):710–24.
- Nofiyanti et al. (2025). "Pengaruh Strategi Komunikasi Terhadap Kepuasan

- Pelanggan: Studi Literatur Dalam Konteks Hubungan Bisnis.” *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 2(01):1–6. doi:10.70508/4gbhrz30.
- Noviastuti, Desy Agustina Cahyadi. (2020). “Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung.” *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)* 3(1):31–37.
- Oetomo, Robertus Koesmaryanto et al. (2023). “Literasi Digital Mahasiswa Menggunakan Kerangka Pengukuran Literasi Digital Kominfo.” 2(1):73–83.
- Priyadi, Agus et al. (2024). “Rancang Bangun Sistem Informasi Website Company Profile Pada Industri Perhotelan.” 4:46–52.
- Puspitasari, Devi et al. (2023). “Analisis Struktur Teks Prosedur Dalam Aplikasi Lemon8.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia ISSN* 9(1):239–57.
- Putra, Adindityo Achita et al. (2023). “Digital Marketing Communication Strategy for Hotel Episode Gading Serpong Via Instagram @episodegadingserpong.” *Jurnal Ekonomi* 12(03):346–53.
- Rahmadi, Imam Fitri, & Eti Hayati. (2020). “Literasi Digital, Massive Open Online Courses, Dan Kecakapan Belajar Abab Mahasiswa Generasi Milenial.” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 91–104.
- Reswari, Dahlia Ardana, & Berliani Ardha. (2025). “Semiotika Dalam Pemasaran Digital: Bagaimana Hotel Reffles Jakarta Mengkonsumsikan Kemewahan.” *Jurnal Komunikasi* 05(01):46–59.
- Shamanovskyi, Maksym. (2022). “How to Integrate SALTO JustIn Mobile SDK into the Property Management System?” <https://www.axon.dev/blog/how-to-integrate-salto-justin-mobile-sdk-into-the-property-management-system>.
- Syah, Fauzy Imam et al. (2026). “Integrasi Teknologi Digital Sebagai Strategi Peningkatan Nilai Dan Produktivitas Bisnis Di Era Modern.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)* 4(2).
- System, Salto. (2026). “JustIN Mobile User Guide.” <https://share.google/5UYLb5cydvWNKBXfX>.
- Tuhana, Veki Edizon et al. (2025). “Penggunaan Media Sosial Dalam Aktivitas Digital PR Hotel-Hotel Di Kota Kupang.” *Jurnal Komunikatif* 13(2):193–208. doi:10.33508/jk.v13i2.6098.
- Widayanti, Kadek Sri, & I. Gede Putra Nugraha. (2025). “Dampak Penggunaan Aplikasi H -Butler Terhadap Efisiensi Standard Operating Procedure Check In Dan Check Out Di Ayana Resort and Spa Bali.” 8(1).
- Widhieatmaka, H. (2025). Implementasi Hotel Syariah Dan Ruang Lingkupnya Kedalam Sektor Perhotelan Di Indonesia. *i-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 5(2), 70-80.
- Wiryany, Detya et al. (2022). “Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia.” *Jurnal Nomosleca* 8(November):242–52.