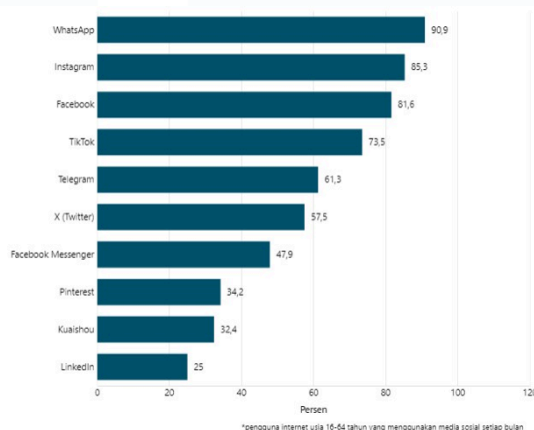


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam konteks promosi dan branding, media sosial telah menjadi salah satu alat paling efektif untuk mencapai audiens yang luas. Menurut data dari Databoks pada Januari 2024, Indonesia memiliki 139 juta identitas pengguna media sosial, yang setara dengan hampir 50% dari total populasi nasional (Databoks, 2024). Di antara berbagai platform media sosial yang populer, TikTok menonjol sebagai salah satu yang paling banyak digunakan, menduduki posisi keempat dengan proporsi pengguna sebesar 73,5% (Databoks, 2024).



Gambar 1.1 (10) Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024)

Pertumbuhan signifikan pengguna TikTok tidak hanya mencerminkan tren global dalam penggunaan media sosial, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada industri perhotelan dan pariwisata. TikTok, dengan fokusnya pada video pendek yang kreatif dan menarik, telah menjadi platform yang ideal untuk promosi dan branding. Melalui format video yang singkat namun kuat, hotel dan merek lain dapat menyampaikan pesan mereka dengan cara yang menarik dan menghibur.

Penggunaan TikTok dalam konteks perhotelan dan pariwisata bukan hanya tentang menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga tentang membangun brand awareness yang kuat. Brand awareness, sebagai elemen kunci dalam strategi pemasaran, merupakan fondasi untuk membangun hubungan dengan

konsumen (Andre, 2023). Dengan menggunakan TikTok sebagai salah satu alat utama, hotel dapat meningkatkan pengenalan merek mereka, memperluas pengetahuan tentang layanan dan fasilitas yang mereka tawarkan, serta menciptakan asosiasi positif dengan merek mereka di benak konsumen.

Dengan demikian, penggunaan TikTok dalam industri perhotelan bukan hanya tentang membuat konten yang menarik secara visual, tetapi juga tentang memanfaatkan kekuatan media sosial untuk membangun identitas merek yang kuat, menarik konsumen potensial, dan akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan (Andre, 2023). Oleh karena itu, memahami bagaimana TikTok dapat digunakan untuk membantu memperkuat brand awareness Soll Marina Hotel Serpong menjadi kunci dalam mencapai kesuksesan dalam upaya promosi dan branding mereka melalui media sosial.

Brand awareness memiliki peranan yang sangat penting dalam industri perhotelan, khususnya bagi Soll Marina Hotel Serpong. Sebagai salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran, brand awareness membantu menciptakan fondasi yang kokoh bagi hotel untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Sebagaimana disebutkan oleh Andre (2023), brand awareness mencakup pengenalan merek, pengetahuan produk, asosiasi merek, dan kemampuan mengingat merek dalam situasi yang sesuai. Bagi Soll Marina Hotel Serpong, meningkatkan kesadaran merek mereka dapat membawa manfaat signifikan.

Pertama-tama, meningkatnya brand awareness dapat membantu hotel dalam menghasilkan lebih banyak bisnis. Dengan semakin dikenalnya merek hotel, potensi untuk menarik pelanggan baru juga meningkat. Calon pelanggan yang telah memiliki pengetahuan tentang merek Soll Marina Hotel Serpong akan lebih cenderung memilih hotel tersebut ketika mereka mencari tempat menginap di daerah tersebut. Hal ini mengarah pada peningkatan tingkat okupansi hotel dan pada gilirannya, meningkatkan pendapatan hotel secara keseluruhan.

Selain itu, meningkatnya brand awareness juga dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen yang memiliki kesadaran yang kuat

terhadap merek Soll Marina Hotel Serpong cenderung menjadi pelanggan setia. Mereka mungkin lebih cenderung untuk kembali menginap di hotel tersebut di masa mendatang, serta merekomendasikan hotel kepada teman dan keluarga mereka. Dengan demikian, meningkatnya brand awareness tidak hanya membawa manfaat jangka pendek dalam hal peningkatan bisnis, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan basis pelanggan yang kuat untuk hotel.

Selain itu, meningkatnya brand awareness juga dapat membantu meningkatkan citra merek hotel. Citra merek yang kuat dapat menghasilkan persepsi yang positif dari pelanggan, yang pada gilirannya dapat memperkuat posisi Soll Marina Hotel Serpong di pasar. Citra merek yang positif juga dapat membantu hotel untuk membedakan diri dari pesaing, menarik pelanggan potensial yang mencari pengalaman menginap yang unik dan berkesan.

Memahami pentingnya brand awareness bagi industri perhotelan, khususnya bagi Soll Marina Hotel Serpong, menjadi kunci dalam merancang strategi untuk memanfaatkan media sosial TikTok sebagai alat untuk memperkuat brand awareness mereka. Dengan memahami manfaat yang dapat diperoleh dari peningkatan brand awareness, tim sales marketing Soll Marina Hotel Serpong dapat merancang kampanye yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek mereka di kalangan audiens target.

Soll Marina Hotel Serpong, seperti halnya banyak hotel lainnya, menghadapi sejumlah tantangan unik dalam upaya meningkatkan brand awareness mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan sengit dengan hotel-hotel lain di wilayah yang sama. Di daerah wisata atau perkotaan yang padat, persaingan antar hotel dapat menjadi sangat keras. Hotel-hotel lain di sekitar Soll Marina Hotel Serpong mungkin telah membangun brand awareness mereka selama bertahun-tahun, sehingga menarik perhatian dari pelanggan potensial. Oleh karena itu, Soll Marina Hotel Serpong perlu merancang strategi yang cerdas dan kreatif untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan menarik perhatian dari audiens target.

Selain itu, kesulitan dalam menjangkau target pasar yang sesuai juga menjadi tantangan bagi Soll Marina Hotel Serpong. Target pasar hotel dapat bervariasi dari wisatawan yang mencari akomodasi untuk liburan, hingga pelanggan bisnis yang membutuhkan tempat menginap selama perjalanan bisnis mereka. Mencapai dan menarik perhatian dari kedua jenis pelanggan ini dapat menjadi rumit, terutama dengan berbagai preferensi dan kebutuhan yang berbeda. Selain itu, dengan tren perjalanan yang terus berubah dan penggunaan teknologi yang semakin meluas, menjangkau target pasar dengan cara yang efektif dan relevan menjadi semakin menantang. Memahami tantangan-tantangan ini akan membantu tim sales marketing Soll Marina Hotel Serpong untuk merancang strategi yang tepat dalam menggunakan media sosial TikTok untuk meningkatkan brand awareness mereka. Dengan mengidentifikasi persaingan yang ada dan kesulitan dalam menjangkau target pasar yang sesuai, tim dapat mengembangkan pendekatan yang lebih terfokus dan efektif untuk memenangkan perhatian dan minat dari audiens potensial.

Penggunaan TikTok telah menjadi strategi yang semakin populer dalam industri perhotelan sebagai cara untuk memperkuat brand awareness. TikTok menawarkan platform yang unik untuk berbagi konten video yang kreatif dan menarik, yang dapat menjangkau audiens yang luas dengan cepat. Beberapa hotel dan merek lain telah sukses memanfaatkan TikTok untuk meningkatkan kesadaran merek mereka, menciptakan konten yang menghibur dan informatif yang mencerminkan nilai-nilai merek mereka (Scott, 2020).

Contoh kesuksesan penggunaan TikTok dalam industri perhotelan termasuk hotel-hotel mewah yang memberikan pandangan di balik layar tentang pengalaman tamu, seperti perawatan spa eksklusif atau layanan kamar yang mewah. Merek juga dapat memanfaatkan tren dan tantangan yang sedang populer di TikTok untuk menciptakan konten yang relevan dan viral. Misalnya, beberapa hotel telah menciptakan tantangan dansa atau tantangan "room tour" yang memperlihatkan kamar-kamar mereka dengan cara yang unik dan menarik (Scott, 2020).

TikTok dipilih sebagai media utama untuk membangun brand awareness Soll Marina Hotel Serpong karena karakteristik demografis pengguna TikTok yang sesuai dengan target pasar hotel. TikTok dikenal sebagai platform yang paling populer di kalangan remaja dan dewasa muda, dengan mayoritas pengguna berusia antara 16 hingga 24 tahun (Scott, 2020). Hal ini cocok dengan profil target pasar hotel, yang sering kali mencakup kelompok usia yang relatif muda yang aktif di media sosial dan mencari pengalaman yang unik dan berkesan. Dengan demikian, TikTok memberikan kesempatan untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens yang relevan secara langsung, serta memperkuat brand awareness di kalangan mereka (Scott, 2020). Memahami bagaimana TikTok telah digunakan oleh hotel-hotel dan merek lain untuk memperkuat brand awareness mereka memberikan wawasan yang berharga bagi tim sales marketing Soll Marina Hotel Serpong. Dengan mengetahui beberapa contoh sukses dan potensi platform ini dalam meningkatkan brand awareness, tim dapat merancang strategi yang lebih terarah dan efektif dalam penggunaan TikTok untuk mencapai tujuan pemasaran mereka.

Sebagai mahasiswa peminatan dalam bidang pemasaran, saya memilih untuk menjalani praktik kerja magang di PT Soll Marina Property Indonesia karena saya sangat tertarik dalam menggali pengalaman langsung di industri perhotelan dan memahami lebih dalam tentang strategi pemasaran yang efektif. Perusahaan ini menawarkan lingkungan yang dinamis dan menantang di mana divisi sales marketing memiliki peran yang sangat vital dalam mempromosikan layanan perhotelan kepada calon pelanggan. Melalui praktik kerja magang di sini, saya berharap dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran dalam konteks industri perhotelan yang berkembang pesat, terutama dengan menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk membangun brand awareness.

Saya tertarik dengan PT Soll Marina Property Indonesia karena perusahaan ini berfokus pada penggunaan media sosial, termasuk TikTok, dalam strategi pemasarannya. Dengan TikTok menjadi salah satu aplikasi media sosial yang

paling banyak digunakan di Indonesia, saya yakin bahwa praktik kerja magang di perusahaan ini akan memberi saya kesempatan untuk belajar secara langsung bagaimana menggunakan platform tersebut untuk mencapai tujuan pemasaran, terutama dalam membangun brand awareness untuk Soll Marina Hotel Serpong.

Selain itu, saya juga tertarik dengan banyaknya tanggung jawab yang akan saya pegang di divisi sales marketing, seperti membuat desain promosi, mengelola konten TikTok dan Instagram, serta melakukan sales call langsung ke calon pelanggan. Saya yakin bahwa pengalaman praktik kerja magang di PT Soll Marina Property Indonesia akan memberi saya wawasan yang berharga tentang strategi pemasaran dalam industri perhotelan, serta memperluas jaringan kontak di industri ini. Maka, praktik kerja magang di PT Soll Marina Property Indonesia menjadi pilihan yang tepat bagi saya untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan saya dalam bidang pemasaran, sambil memberikan kontribusi nyata dalam membangun brand awareness untuk Soll Marina Hotel Serpong melalui media sosial TikTok.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja praktik merupakan program yang biasanya diadakan oleh sebuah perguruan tinggi untuk mendapatkan pengalaman bagi mahasiswanya. Mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti kegiatan magang sesuai dengan jurusannya, hal ini bertujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman dan keterampilan dalam dunia kerja yang relevan dengan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan. Tujuan magang ini untuk memberikan pemahaman tentang aktivitas marketing dalam perhotelan yaitu Hotel Soll Marina Serpong. Ada pula tujuan lainnya yaitu :

1. Menambah pengalaman dan wawasan mahasiswa.
2. mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah.
3. Melatih cara berpikir kreatif menciptakan suatu ide dan konsep untuk membuat desain hingga konten yang menarik untuk meningkatkan brand awareness.

4. Beradaptasi dengan lingkungan kerja dan memperluas jaringan relasi.
5. Memahami proses kerja di Departemen Sales Marketing Hotel Soll Marina Serpong.
6. Mengasah dalam hal berpikir kritis, bekerja dalam tim, menghadapi masalah, mengatur waktu, dan bertanggung jawab atas pekerjaan.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 26 Januari 2024 sampai 26 Mei dengan durasi delapan ratus jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari program studi Manajemen.

Hari Kerja : Senin – Sabtu

Jam Kerja : Pukul 08.00 – 17.00 WIB

Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara WFO (Work From Office) dan lokasi kerja magang berada di Jl. Raya Serpong Kilometer 7, Pakualam, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15326, Indonesia.

