

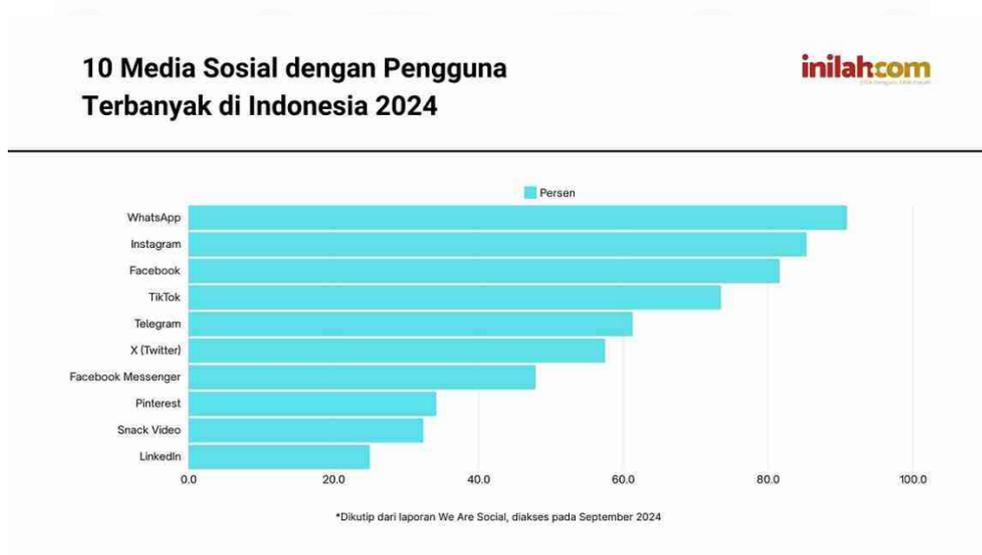
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet, yang dimana dapat membuat media sosial menjadi berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat. Hal ini juga yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi ataupun melalui konten-konten yang menarik dan inspiratif dimanapun dan kapanpun.

Media sosial menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan oleh konsumen di kehidupan sehari-hari. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi setiap perusahaan untuk melakukan promosi dan branding serta menjangkau audiens yang luas dan banyak secara efektif. Menurut data dari Inilah.com pada September 2024, Diantara 10 media sosial, data pengguna Instagram memiliki proporsi 85,3% dengan menduduki posisi kedua dan data pengguna Tiktok memiliki proporsi 73,5% dengan menduduki posisi keempat yang dimana data dari kedua media sosial ini sangat besar dan paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia (Inilah.com, 2024).



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024

Sumber: <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>

Berdasarkan data pengguna media sosial tersebut, dapat dilihat bahwa pertumbuhan pengguna tidak hanya dalam penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka, akan tetapi juga membawa dampak positif yang signifikan terhadap industri perhotelan dan pariwisata, terutama pada aplikasi Instagram dan Tiktok. Kedua aplikasi ini memiliki dampak yang besar pada perkembangan industri hotel karena aplikasi ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan informasi mengenai hotel, serta konten-konten singkat yang dapat menarik dan menghibur para audiens.

Dengan memanfaatkan platform media sosial, tidak hanya untuk menjangkau audiens yang luas tetapi juga dapat meningkatkan *engagement* serta *brand awareness* pelanggan pada industri perhotelan dan pariwisata. *Engagement* merupakan interaksi dan keterlibatan antara para pengguna media sosial dengan konten yang telah disajikan. Menurut Brodie (2011) keterlibatan pelanggan (*Customer Engagement*) adalah kondisi psikologis yang muncul sebagai akibat dari pengalaman konsumen yang interaktif dan ko-kreatif dengan entitas usaha atau nama dagang dalam mengkreasikan *support system* yang berdaya guna. Menurut Ntale (2013) *customer engagement* merupakan wujud konsumen dari suatu brand atau perusahaan yang juga didasarkan pada motif tertentu. Melalui media sosial, konsumen juga dapat memberikan hubungan timbal balik dan berpartisipasi dengan baik untuk memberikan ulasan mereka mengenai hotel atau apabila terdapat komplain mengenai pelayanan yang diberikan hotel kepada konsumen.

Melihat data dari (detik.com, 2025) industri perhotelan dan pariwisata mengalami penurunan tingkat hunian terutama dari segmen pasar pemerintahan. Hal ini disebabkan karena adanya kebijakan efisiensi anggaran yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, yang menyebabkan diberlakukannya sistem 15 hari bekerja dan 15 hari UL (*Unpaid Leave*) selama satu bulan kepada karyawan yang bekerja di Soll Marina Hotel Serpong. Dengan adanya UL sangat merugikan para karyawan dan pemilik hotel, karena adanya penurunan dari okupansi kamar maupun ruang

meeting yang akan berefek pada sektor-sektor lainnya. Untuk itu, hotel mulai meningkatkan langkah-langkah strategis dan efisien untuk meningkatkan kembali perekonomian hotel dan menyelesaikan sistem UL kepada seluruh karyawan.

Strategi-strategi yang dilakukan departemen *sales & marketing* untuk meningkatkan perekonomian selama kebijakan efisiensi antara lain, mengetatkan setiap anggota untuk telemarketing ke 15 travel agent dalam satu hari, melakukan flyering promo-promo cooking class dan graduation ke sekolah-sekolah, menambahkan promo baru di setiap bulan dan promo tetap seperti promo *value package, romantic dinner, ngopi sore Terrace Balcony, dan Arisan Package*. Selain strategi yang diberikan oleh hotel, untuk meningkatkan kembali *awareness* para tamu, penulis juga mengembangkan strategi dari promo-promo baru yang telah dibuat untuk disajikan dalam bentuk konten-konten menghibur dan edukatif yang dapat menarik para tamu terhadap promo yang diberikan oleh hotel.

Menurut Aaker (2020) *brand awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Menurut Firmansyah (2019) *brand awareness* merupakan tujuan umum komunikasi pemasaran, adanya *brand awareness* yang tinggi diharapkan kapanpun kebutuhan kategori muncul brand tersebut akan muncul kembali dari ingatan yang selanjutnya dijadikan pertimbangan berbagai alternative dalam pengambilan keputusan. *Brand Awareness* menjadi salah satu peran yang penting terhadap berlangsungnya suatu perusahaan, termasuk untuk Soll Marina Hotel Serpong. Menjadi salah satu hal yang digunakan untuk meningkatkan pemasaran, menarik, serta mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap hotel.

Menggunakan kedua platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok menjadi salah satu alat utama bagi hotel untuk memperkenalkan perusahaan mereka kepada audiens baru maupun audiens lama untuk tetap mengingat merek mereka, memberikan dan meningkatkan pengetahuan mengenai fasilitas dan layanan yang dimiliki oleh hotel kepada para konsumen, serta menciptakan citra merek yang positif dimata konsumen. Dengan memahami kedua media sosial ini tentunya akan

membantu Soll Marina Hotel Serpong untuk meningkatkan promosi dan branding mereka serta diharapkan akan memperoleh kesuksesan melalui platform media sosial tersebut.

Dengan adanya Media Sosial Instagram dan Tiktok juga dapat meningkatkan kepercayaan tamu untuk memilih Soll Marina Hotel Serpong sebagai tempat mereka menginap ataupun mengadakan acara spesial pelanggan, disaat tamu mengenal citra merek hotel dengan baik maka mereka akan cenderung lebih memilih hotel tersebut. Merek yang sudah dikenal dan menampilkan citra baik, pada umumnya akan dianggap lebih terpercaya dan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan.

Hotel dengan *brand awareness* yang kuat juga sering kali dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan para tamunya. Hal ini dapat mendorong tamu untuk menginap kembali ataupun mengadakan acara di Soll Marina Hotel Serpong dan menjadi pelanggan loyal dan setia di hotel tersebut, yang diharapkan akan menjadi pertumbuhan jangka panjang bagi hotel.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja lapangan adalah program yang dilakukan oleh setiap universitas untuk memberikan pengalaman kerja yang baik kepada mahasiswa. Setiap mahasiswa wajib untuk melakukan praktik kerja magang yang sesuai dengan jurusan dan prosedur yang diberikan oleh universitas dan perusahaan, yang bertujuan agar mahasiswa dapat memiliki keterampilan yang sesuai dan dapat mengimplementasikan apa yang sudah dipelajari selama berkuliah. Adapun tujuan lain dari melakukan praktik kerja lapangan di Soll Marina Hotel Serpong yaitu:

1. Meningkatkan dan mengembangkan keterampilan serta menambah pengalaman kerja yang sesuai dan relevan dengan jurusan yang di mumpuni oleh mahasiswa.

2. Membangun dan memperluas jaringan profesional yang sangat berguna bagi karier mahasiswa di masa mendatang.
3. Menghubungkan teori dan praktek, dimana melalui magang, mahasiswa dapat mengimplementasikan materi yang telah dipelajari selama kuliah di dunia kerja.
4. Menambah wawasan dan dapat beradaptasi dengan lingkungan kerja
5. Dapat memahami sistem kerja dari Departemen Sales & Marketing di Soll Marina Hotel Serpong.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja lapangan dilakukan dari tanggal 20 Februari 2025 - 4 Juli 2025 dengan total durasi enam ratus empat puluh jam kerja yang sesuai dengan panduan dari MBKM Magang Track 1 Program studi Manajemen jurusan Marketing.

Hari Kerja: Senin - Jumat

Jam Kerja: 08.00 - 17.00 WIB

Aktivitas kerja lapangan dilakukan secara full *Work From Office* (WFO) di Soll Marina Hotel Serpong dengan berlokasi di Jl. Raya Serpong Kilometer 7, Pakualam, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15326, Indonesia.