

**IMPLEMENTASI KONTEN MARKETING UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA
HOTEL GRAND SOLL MARINA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

PUTU RESTIKE

0000069014

PROGRAM STUDI BISNIS

MANAGEMENT

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**IMPLEMENTASI KONTEN MARKETING UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA
HOTEL GRAND SOLL MARINA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana BISNIS

**PUTU RESTIKE
00000069014**

**PROGRAM STUDI BISNIS
MANAGEMENT
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : PUTU RESTIKE

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069014

Program studi : MANAGEMENT

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**Implementasi konten marketing untuk meningkatkan brand
awareness pada hotel Grand Soll Marina**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Mei, 2025



(Putu Restike)

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

IMPLEMENTASI KONTEN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA HOTEL GRAND SOLL MARINA

Oleh

Nama : Putu Restike
NIM : 00000069014
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

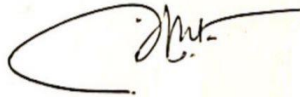
Telah diujikan pada hari Rabu, 9 Juni 2025

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

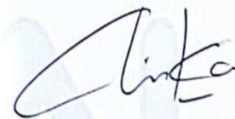
Dengan susunan penguji sebagai berikut

Pembimbing



Dr. Yosef Budi
Susanto, M. M
0301056103

Penguji



Nosica Rizkalla
S.E., M.Sc.
0323047801

Ketua Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Purnamaningsih, S.E.
M.S.M., C.B.O.
0323047801

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

Implementasi konten marketing untuk meningkatkan brand

awareness pada hotel Grand Soll Marina

Oleh

Nama : PUTU RESTIKE

NIM : 00000069014

Program Studi : MANAGEMENT

Fakultas : BISNIS

Telah disetujui untuk diajukan pada sidang ujian magang Universitas Multimedia
Nusantara

Tangerang, 25 Mei 2025

Pembimbing



Dr. Yosef Budi Susanto, M. M

0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E, M.E.M, C.B.O
0323047801

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : PUTU RESTIKE

NIM : 00000069014

Program Studi : MANAGEMENT

Fakultas : BISNIS

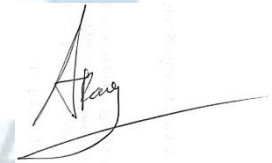
Jenis Karya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **IMPLEMENTASI KONTEN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA HOTEL GRAND SOLL MARINA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, Mei 2025

Yang menyatakan,



(Putu Restike)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: **“Implementasi Konten Marketing Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Hotel Grand Soll Marina”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Management Pada Fakultas bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Yosef Budi Susanto, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Kinanthi, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Pt Soll Marina Group
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
8. Beserta teman – teman yang turut serta dalam membantu memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.

Tangerang, Mei 2025



(Putu Restike)

**IMPLEMENTASI KONTEN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA HOTEL GRAND SOLL MARINA
(Putu Restike)**

ABSTRAK

Laporan magang ini membahas secara mendalam implementasi strategi konten marketing dalam upaya meningkatkan brand awareness Hotel Grand Soll Marina, sebuah hotel bintang empat yang berlokasi strategis di kawasan bisnis Tangerang. Penulis melaksanakan program magang di Divisi Sales and Marketing dengan fokus utama pada perencanaan, produksi, dan evaluasi konten digital untuk media sosial hotel. Kegiatan yang dilakukan meliputi pencarian konsep konten yang sesuai dengan momen (seperti bulan Ramadan), penyusunan kalender konten, pengambilan dan penyuntingan foto atau video, serta pelibatan influencer (Key Opinion Leader) yang relevan dengan target pasar hotel.

Selama pelaksanaan magang, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti kesulitan dalam menemukan ide konten kreatif yang sejalan dengan karakter brand hotel, rendahnya tingkat respons dari influencer yang dihubungi, serta kebutuhan adaptasi terhadap perubahan strategi promosi dari pihak manajemen hotel. Untuk mengatasi tantangan tersebut, penulis melakukan riset lanjutan melalui Google Trends dan TikTok, berdiskusi secara intensif dengan tim Public Relations, serta memanfaatkan tools digital seperti Hootsuite untuk penjadwalan konten.

Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh wawasan praktis mengenai dunia pemasaran digital perhotelan, meningkatkan kemampuan analisis, komunikasi, serta manajemen waktu, dan memahami pentingnya strategi konten yang konsisten dan terukur dalam membangun visibilitas dan citra brand hotel di era digital.

Kata kunci: konten marketing, brand awareness, pemasaran digital, hotel, strategi media sosial



**IMPLEMENTASI KONTEN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA HOTEL GRAND SOLL MARINA
(Putu Restike)**

ABSTRACT (English)

This internship report presents a comprehensive analysis of the implementation of content marketing strategies aimed at enhancing brand awareness at Grand Soll Marina Hotel, a four-star hotel located in the business district of Tangerang. The internship was conducted in the Sales and Marketing Division, with a primary focus on digital content planning, creation, and performance evaluation for the hotel's social media platforms.

The intern was responsible for developing relevant content ideas, especially those aligned with current events (e.g., the Ramadan season), creating promotional calendars, producing visual content, and coordinating with suitable influencers (Key Opinion Leaders) to amplify brand exposure. Challenges encountered included difficulty in generating fresh and engaging content ideas that aligned with the hotel's brand identity, low response rates from potential influencer partners, and the need to adapt quickly to changing marketing strategies from hotel management.

To overcome these challenges, the intern conducted deeper research using tools such as Google Trends and TikTok insights, engaged in regular strategy discussions with the public relations team, and utilized scheduling platforms like Hootsuite for efficient content deployment. This internship experience provided valuable practical insights into digital hospitality marketing, sharpened the intern's analytical and communication skills, and reinforced the importance of well-structured content strategies in enhancing brand visibility in the digital landscape.

Keywords: content marketing, brand awareness, digital marketing, hospitality, social media strategy

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	7
2.2 Visi Misi.....	9
2.2.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	9
2.2.2 Tujuan Perusahaan	9
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	10
2.4 Content Marketing	10
2.5 Validasi Model Bisnis Hotel Grand Soll Marina (BMC).....	15
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang Tujuan	23

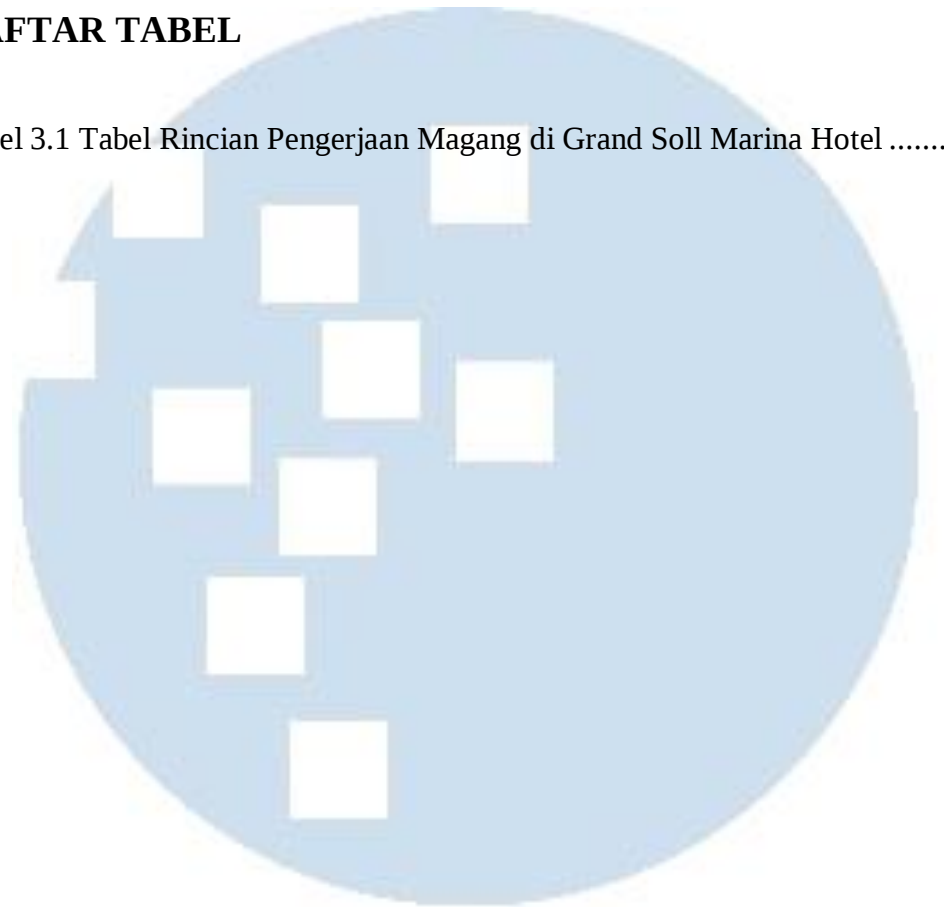
3.2.1 Tabel Rincian Pengerjaan Magang di Grand Soll Marina Hotel.....	31
3.2.2 Uraian tugas yang dilakukan	32
3.3 Kendala yang Ditemukan	42
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	43
3.5 Tinjauan Etika Bisnis Grand Soll Marina Hotel.....	49
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	58
4.1 Simpulan.....	58
4.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	61

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Rincian Pengerjaan Magang di Grand Soll Marina Hotel	31
--	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Grand Soll Marina Hotel	7
Gambar 3.1 Dokumentasi Pengerjaan Shoot Konten Selama Magang di Grand Soll Marina Hotel	24
Gambar 3.2 PPT Pembuatan konsep konten	34
Gambar 3.3 Timeline promosi.....	36
Gambar 3.4 Hasil shoot konten harian.....	37
Gambar 3.5 Riset kompetitor	38
Gambar 3.6 List KOL	39
Gambar 3.7 Koordinasi Kerjasama dengan influencer	40
Gambar 3.8 Jumlah Views Tiktok dan Instagram	42
Gambar 3.9 Konten yang telah dihasilkan	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	61
Lampiran B. Kartu MBKM (MBKM 02)	62
Lampiran C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	63
Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04) .	69
Lampiran E. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	70

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA