

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM PEMASARAN
TRAVELLERS SPORT BAR DI SWISS BEL HOTEL
SERPONG**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

DHIYA PUTRI PERMATASANI

00000072034

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025/2026**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembelajaran mahasiswa selama perkuliahan bisa diaplikasikan melalui kerja magang yang dilakukan di industri terkait. Menurut Hora et al magang merupakan kegiatan wajib yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja dan produktivitas mahasiswa, serta memperluas peluang kerja di masa depan. Salah satu tempat magang yang dipilih adalah Travellers Sport Bar, yang merupakan bagian dari Swiss Bel hotel Serpong. Bisnis ini bergerak di industri hospitality dan entertainment, yang sangat memerlukan pemasaran digital untuk menarik lebih banyak pengunjung.

Sebagai anak magang di divisi Digital & Creative Content Creator Marketing, penulis bertanggung jawab untuk membuat desain poster dan konten digital video untuk media sosial dengan tujuan meningkatkan brand awareness dan engagement. Pemilihan Travellers Sport Bar didasari oleh tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan visibilitasnya. Lokasi yang kurang strategis dan jumlah pengunjung yang masih terbatas menjadi kendala utama yang perlu diatasi. Menurut Parveen & Mirza (2012), program magang tidak hanya membantu mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan, tetapi juga memberikan pengalaman praktis yang berharga dalam menghadapi tantangan di dunia kerja.

Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang lebih optimal, seperti konten kreatif, pemanfaatan media sosial secara aktif, serta strategi promosi yang tepat sasaran, diharapkan dapat membantu meningkatkan daya tarik Travellers Sport Bar. Penelitian oleh Schambach & Dirks (2002) menunjukkan bahwa pengalaman magang bisa meningkatkan motivasi belajar dan retensi materi, serta memberikan

kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan konseptual dalam lingkungan organisasi nyata. Melalui pengalaman ini, penulis berharap bisa mengembangkan keterampilan praktis yang relevan untuk karir di masa depan, serta memberikan kontribusi yang signifikan bagi Travellers Sport Bar dalam meningkatkan visibilitas dan engagement dengan pelanggan.

Menurut Smith & Jones (2020) ada nya strategi pemasaran digital yang efektif bisa meningkatkan kesadaran brand di kalangan konsumen, terutama untuk bisnis kecil dan menengah. Strategi pemasaran digital perlu karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand awareness* Swiss Bel hotel Serpong dan Travellers Sport Bar. Hal ini karena menurut temuan Lee & Kim (2021) menunjukkan bahwa platform digital seperti media sosial memiliki dampak baik terhadap keterlibatan pelanggan di industri perhotelan atau hiburan.

Dengan demikian, laporan ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari kegiatan pemasaran yang dilakukan selama magang, serta memberikan evaluasi terhadap efektivitas strategi yang diterapkan. Diharapkan hasil dari laporan ini bisa menjadi referensi bagi pelaku industri hospitality dalam memaksimalkan pemasaran digital guna meningkatkan daya tarik bisnis mereka.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa mengenai dunia kerja, serta menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama proses studi di Universitas Multimedia Nusantara. Berikut adalah beberapa tujuan dari pelaksanaan magang ini:

1. Menerapkan ilmu dan keahlian yang telah dipelajari selama perkuliahan dalam lingkungan kerja nyata di Swiss Bel hotel dan Travellers Sport Bar.
2. Membangun relasi dan jaringan dengan profesional di industri hospitality dan entertainment.

3. Mempelajari dan memahami proses pemasaran digital yang diterapkan di Travellers Sport Bar untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung.
4. Mengembangkan keterampilan dalam pembuatan konten kreatif, seperti desain poster dan video untuk media sosial, untuk meningkatkan brand awareness.
5. Meningkatkan kemampuan analisis dalam mengidentifikasi dan memahami potensi pelanggan yang dapat dijangkau oleh Travellers Sport Bar.
6. Mengasah rasa tanggung jawab dan kemampuan manajemen waktu dalam menyelesaikan tugas tugas yang diberikan selama magang.
7. Mengetahui dan memahami proses kerja di Travellers Sport Bar, terutama dalam divisi pemasaran dan komunikasi.

Secara keseluruhan, tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktek kerja nyata. Diharapkan, melalui pengalaman ini, penulis bisa beradaptasi dengan lingkungan kerja, mempelajari tantangan yang ada, serta mengasah kemampuan sesuai dengan peminatan yang dipilih dalam bidang pemasaran digital. Selain itu, magang ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata bagi Travellers Sport Bar dalam meningkatkan visibilitas dan daya tariknya di pasar.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan praktik kerja magang di PT Swiss Belhotel International Indonesia dimulai pada tanggal 22 Januari 2025 sampai dengan 22 Juli 2025. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa proses praktek kerja magang harus dilakukan selama minimal 640 jam kerja atau setara dengan 80 hari dengan 8 jam kerja. Pada kegiatan praktek kerja magang ini penulis ditempatkan pada digital &

content creator marketing dan membantu tim Marketing. Penulis dibimbing oleh Bapak Ely William Toga Saint selaku Assistant Public Relation Manager & Marketing di Swiss Bel hotel Serpong. Data Pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

Nama Perusahaan : Swiss Bel Hotel Serpong

Waktu Pelaksanaan : 22 Januari 2025 - 22 Juli 2025

Waktu Kerja : Senin - Jumat pukul 08.30 - 17.30 WIB

Divisi : Marketing

Posisi Magang : Digital & Creative Content Creator Marketing Intern

Alamat Perusahaan : Jalan. Lingkar Timur, Rw. Mekar Jaya, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang di PT Swiss Belhotel International Indonesia prosedur pelaksanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengikuti seminar pembekalan kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara
- 2) Mengisi formulir KM-01 mengenai data pribadi dan tempat perusahaan kerja magang yang ingin dituju yang ditandatangani oleh Purnaningsih selaku Ketua Program Studi Manajemen
- 3) Pihak UMN memberikan formulir KM-02 yaitu surat pengantar dari Universitas Multimedia untuk perusahaan yang dituju
- 4) Mendapat informasi mengenai lowongan magang di PT Swiss Belhotel International Indonesia pada posisi marketing yang sesuai dengan latar belakang dan minat penulis.
- 5) Melamar kerja magang melalui email dan melengkapi formulir data diri.
- 6) Mendapatkan konfirmasi untuk pelaksanaan wawancara oleh HRD dan Sales Marketing di kantor Swiss Belhotel

- 7) Mengikuti rangkaian pengenalan lingkungan kerja
- 8) PT Swiss Belhotel International Indonesia memberikan konfirmasi penerimaan kerja magang pada posisi Digital & Content Creator Marketing Internship.
- 9) Mendapatkan surat penerimaan magang dari PT Swiss Belhotel International Indonesia.
- 10) Menjalankan praktik kerja magang di Swiss Belhotel International Indonesia yang dimulai pada tanggal 22 Januari 2025.
- 11) Mengisi KRS Semester enam
- 12) Membuat akun Kampus Merdeka dan melengkapi informasi data diri
- 13) Menulis daily task melalui website Merdeka UMN
- 14) Melakukan bimbingan magang dengan Ibu Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing selama magang
- 15) Penulis menyusun laporan MBKM Penelitian
- 16) Melaksanakan sidang dengan jadwal yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara