

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Hotel Amalia adalah bisnis penyedia jasa penginapan *budget* di Kota Magetan. Penting untuk Hotel Amalia untuk memaksimalkan *digital marketing* agar layanan dalam bentuk jasa yang ditawarkan oleh Hotel Amalia Magetan dapat diketahui dan dikenal oleh lebih banyak orang. Strategi *content marketing ads* yang tepat adalah salah satu kunci yang penting untuk tetap bertahan pada pasca pandemi COVID-19. Memaksimalkan penggunaan *digital marketing* khususnya *social media marketing* dalam media sosial Instagram, Facebook, dan Tiktok menggunakan *content marketing* merupakan langkah yang tepat. Aspek yang menjadi kendala bagi Hotel Amalia adalah kurangnya penggunaan media sosial dalam sebagai alat untuk pemasaran dan komunikasi dengan calon pelanggan. *Content Marketing* yang berhasil dimulai dari proses *goal setting*, *audience mapping*, *content ideation & planning*, *content creation*, *content distribution*, *content amplification*, *content marketing evaluation*, dan *content marketing improvement*. Konten dari media sosial tidak melewati langkah proses tersebut sehingga konten yang dihasilkan di media sosial tersebut kurang terhubung dengan *audience* dan belum adanya tema konten. Penggunaan media sosial yang sebelumnya juga belum optimal karena sedikitnya konten yang diiklankan. Berdasarkan kondisi yang dialami oleh Hotel Amalia Magetan, maka dilakukan proyek dalam bentuk peningkatan *brand awareness* dan okupansi melalui *content marketing ads* media sosial. Proyek peningkatan *brand awareness* dimulai dari bulan Maret 2023 yakni pembuatan konten, meliputi identifikasi masalah, melakukan riset dan perbandingan, perencanaan jenis konten, dan *scripting* konten. Kemudian *posting* konten dimulai dari bulan April 2023 sampai dengan minggu kedua bulan Mei 2023 meliputi *Take video* dan *editing* konten, pembuatan *caption* konten, dan mengunggah konten. Kemudian analisis media sosial dimulai dari minggu ketiga bulan Mei 2023 yang meliputi memantau kenaikan interaksi, dan melihat perbedaan data dari tahun sebelumnya. Tujuan dari pelaksanaan proyek ini adalah untuk meningkatkan kualitas penggunaan media sosial dengan strategi *social media marketing* khususnya Instagram, Facebook dan TikTok untuk memaksimalkan fitur *Ads* sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan interaksi di media sosial yang dapat dilihat melalui *analytics*. dan meningkatkan *brand awareness* dan okupansi dari Hotel Amalia Magetan. Fokus dari proyek ini adalah mengunggah 50 *post* Instagram dalam bentuk *reels*, *single post*, *story*, maupun *carousel* di Instagram. Mengunggah 10 video di TikTok dan 10 *post* di Facebook dalam bentuk *single post* dan video. Dalam realisasi proyek peningkatan *brand awareness* dan okupansi melalui *content marketing*, ditemukan bahwa *content marketing* yang ada di seluruh media sosial yakni Instagram, Facebook, TikTok membawa peningkatan yang signifikan terhadap pertumbuhan *reach* dan *engagement* karena capaiannya melampaui parameter KPI (*key performance indicator*). Untuk Instagram mengalami peningkatan 200% dari target yaitu pada angka 5000 *reach*, kemudian untuk Facebook mengalami peningkatan 180% dari target yaitu pada angka 450 *reach*, dan yang terakhir TikTok mengalami peningkatan 320% dari target yaitu pada angka 8000 *reach*.

Kata-kata kunci: *Digital Marketing, Social Media Marketing, Content Marketing, Ads, Brand Awareness,*

## ***EXECUTIVE SUMMARY***

Hotel Amalia is a budget lodging service provider business in Magetan City. It is important for Hotel Amalia to maximize digital marketing so that the service offered by Hotel Amalia Magetan can be known and recognized by more people. The right content marketing ads strategy is one of the important keys to survive in the post COVID-19 pandemic. Maximizing the use of digital marketing on Instagram, Facebook and TikTok, using content marketing is the right step. The aspect that is an obstacle for Hotel Amalia is the lack of utilization of social media as a tool for marketing and communication with potential customers. Successful content marketing begins with the process of goal setting, audience mapping, content ideation & planning, content creation, content distribution, content amplification, content marketing evaluation, and content marketing improvement. The content from social media does not go through these process steps, resulting in the content generated on social media being less connected to the audience. The previous use of social media was also not optimal due to the lack of advertised content. Based on the conditions experienced by Hotel Amalia Magetan, a project was carried out the form of increasing brand awareness and occupancy through content marketing ads on social media. The project to increase brand awareness began in March 2023, namely content creation, including problem identification, research and comparison, planning content types, and scripting content. Then, posting content started from April 2023 for the second week of May 2023, which includes taking video, editing content, creating content captions, and uploading content. The last, social media analysis started from the third week of May 2023, which includes monitoring the increase in interactions and examining the difference in data from previous year. The goal of implementing this project is to improve the quality of social media use with a social media marketing strategy, particularly on Instagram, Facebook and TikTok to maximize Ads features and increase interaction growth on social media, which can be seen through analytics. It also aims to increase brand awareness and occupancy of Hotel Amalia Magetan. The focus of this project is to upload 50 Instagram posts in the form of reels, single posts, stories or carousels on Instagram. Uploaded 10 videos on TikTok and 10 posts on Facebook in the form of single posts and videos. In the realization of the brand awareness and occupancy improvement project through content marketing, it was found that content marketing all social media platforms, namely Instagram, Facebook and TikTok brought significant increases in the growth of reach and engagement because they exceeded the Key Performance Indicator parameters. For Instagram, it has increased 200% of the target, of 5.000 reach target. Then for FB, it has increased a 180% reaching 450 target. Furthermore, Tiktok account has increased 320% increase from the target, reaching 8000 target.

Keywords : Digital Marketing, Social Media Marketing, Content Marketing, Ads, Brand Awareness,