

# Tinjauan Atas Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Padjadjaran Suites And Convention Hotel Bogor

Promotion Strategy  
Trough Social Media  
for Hotel

71

Submitted  
JANUARI 2021

Accepted  
JULI 2021

Siti Puti Radini, Mumuh Mulyana, Tubagus Dicky Faldy SN  
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan  
Bogor, Indonesia  
EMail : siti.pr@ibik.ac.id

## ABSTRACT

*Social media is part of the internet that has a function, one of which is as a medium used to promote products or services by an entrepreneur or company. Social media is used as a promotional tool because it has a direct response to its users. In addition, the promotion is also cheaper, and the implementation is easier and faster, and can reach internet users all over the world. The purpose of this study was to find out what promotional strategies were carried out by Padjadjaran Suites by using Social Media as a medium for its promotion. And what advantages and benefits can be obtained from the application of the promotion. Knowing what obstacles are faced and how the company overcomes these obstacles. The results of the study show that Padjadjaran Suites has managed Instagram, Facebook and Website Social Media well, the three Social Media are always updated in providing information or posting interesting promo content. This is evidenced by the success rate of promotions that can be seen especially on Instagram Media, many people show interest in the comments column of every promo posted or offered on the Padjadjaran Suites Instagram account.*

**Keywords:** Promotion, Social Media

## ABSTRAK

Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa oleh suatu pengusaha atau perusahaan. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunanya. Selain itu promosinya juga lebih murah, serta pelaksanaannya yang lebih mudah dan cepat, serta dapat menjangkau pengguna internet di seluruh dunia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi apa yang dilakukan oleh Padjadjaran Suites dengan penggunaan Media Sosial sebagai media untuk promosinya. Serta keunggulan dan manfaat apa saja yang di dapat dari penerapan promosi tersebut. Mengetahui hambatan apa yang dihadapi dan bagaimana perusahaan mengatasi hambatan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Padjadjaran Suites telah mengelola Media Sosial Instagram, Facebook dan Website nya dengan baik, ketiga Media Sosial tersebut selalu update dalam memberikan informasi ataupun memposting konten promo yang menarik. Hal tersebut dibuktikan dengan tingkat keberhasilan promosi yang dapat terlihat terutama pada Media Instagram, banyak orang yang menunjukkan ketertarikan pada kolom komentar setiap promo yang diposting atau ditawarkan pada akun Instagram Padjadjaran Suites.

**Kata Kunci :** Promosi, Media Sosial

## PENDAHULUAN

Di era teknologi seperti sekarang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi. Masyarakat diuntungkan karena bisa saling tukar menukar informasi dari jarak

**JABKES**

Jurnal Aplikasi Bisnis  
Kesatuan  
Vol. 1 No. 2, 2021  
page. 71-80  
IBI Kesatuan  
ISSN xxxx – xxxx  
DOI: 10.37641/jabkes.v1i1.787

yang jauh dengan waktu yang relatif cepat dan efisien karena adanya *internet*. Internet adalah kependekan dari Interconnection Network. Secara umum internet ialah sebuah jaringan komputer yang terhubung dan bekerja sebagai suatu system. Sedangkan secara khusus Internet merupakan sebuah sistem teknologi komunikasi yang bisa menghubungkan antar satu komputer dengan komputer lainnya sehingga menjadi sebuah jaringan yang dapat mencakup seluruh dunia. Jadi, internet adalah sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran informasi maupun komunikasi jarak jauh.

Menurut Purdiwiantoro (2016) dalam Taufan (2017), Perkembangan dari teknologi informasi juga mempengaruhi perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka atau melalui telepon dan kirim surat, kini jauh lebih mudah karena dilakukan melalui *internet*. Ditengah berlakunya Masyarakat Ekonomi Asean atau MEA para pelaku bisnis ditantang harus pandai dalam menentukan strategi yang akan diterapkan untuk bisnis mereka agar tetap bertahan dalam persaingan pasar bebas. Pelaku bisnis harus jeli dalam menentukan strategi promosi di era *internet* supaya produknya menjadi pilihan konsumen. Pemahaman dari kondisi pasar seperti sekarang akan membantu dalam perumusan strategi promosi yang tepat, yang akan mendukung perusahaan memenangkan persaingan pasar.

Perkembangan teknologi dan media informasi telah mengubah cara promosi di era digital. Beberapa promosi melalui media digital yang banyak dilakukan adalah melalui media sosial, jaringan website, mesin pencari, dan lain-lain. Hal tersebut yang mendorong para pengusaha saat ini memilih untuk mempromosikan bisnis mereka melalui internet, untuk mengikuti perubahan konsumen dan perkembangan teknologi.

Media sosial semula hanya digunakan untuk bersosialisasi dan berinteraksi antar pengguna. Dalam perkembangannya, media sosial digunakan untuk berbagai kepentingan, mulai dari berbagai pengetahuan, kegiatan sosial, menyebar undangan hingga menjual produk..

Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa oleh suatu pengusaha atau perusahaan. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunaannya. Pada masa sekarang ini sudah mulai banyak bermunculan akun di media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk atau jasa secara lebih luas. Karena promosinya juga lebih murah, serta pelaksanaannya yang lebih mudah dan cepat, serta dapat menjangkau pengguna internet di seluruh dunia.

Pesatnya perkembangan teknologi sekarang membuat banyak aplikasi media sosial baru yang bermunculan di dunia maya. Kini dengan mengandalkan *smartphone* yang berhubungan dengan internet, seseorang sudah bisa mengakses beberapa situs sosial media seperti, *instagram, facebook, twitter, line, kakao talk* dan itu semua bisa kita akses dimana saja dan kapan saja asalkan terhubung dengan koneksi internet dan itu membuat arus informasi semakin besar dan pesat. Perkembangan sosial media yang pesat ini tidak hanya terjadi pada negara negara maju saja, di negara berkembang seperti Indonesia, banyak *user* atau pengguna sosial media dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media massa konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi.

Media sosial telah menjadikan keseluruhan masyarakat global memiliki kesempatan yang sama. Media sosial telah mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga media sosial bisa dikatakan sebagai alat komunikasi, maupun promosi masa sekarang ini.

Salah satu kunci sukses bagi seluruh bisnis dengan mengenal pelanggannya lebih dekat. Sosial media membuat proses pengenalan ini menjadi lebih mudah dibandingkan dengan sebelumnya. Dengan perangkat pendukung yang ada, kini perusahaan bisa mengetahui dengan terperinci mengenai siapa saja konsumennya, bahasa yang mereka gunakan, rentang usia, bahkan jenis kelamin dari sosial media. Informasi ini dapat membantu proses branding dan promosi kepada target konsumen yang tepat.

Pada era sekarang ini semakin lama semakin banyak yang menggunakan media sosial. Melihat jumlah pengguna yang semakin banyak, media sosial bisa menjadi lahan untuk

menaikkan profit serta memperlebar sayap bisnis. Periklanan digital mulai menjadi tren di era internet. Para pemilik merek mulai menjadikan media digital sebagai media promosi dan pemasaran yang baru. Pada dasarnya media sosial telah mengubah bagaimana konsumen berinteraksi dan bagaimana perusahaan memasarkan produk atau jasanya. Adanya situs jejaring sosial menjadi peluang usaha yang baik untuk memasarkan atau mempromosikan produk atau jasa yang akan dijual.

Kelebihan yang terdapat dalam pemasaran melalui sosial media diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek. Dalam menciptakan persepsi dalam pemikiran konsumen mengenai suatu produk, jasa atau brand, dibutuhkan pemikiran yang matang akan media promosi apakah yang cocok dan efektif, agar persepsi dan image yang ingin disampaikan dapat melekat kuat dibandingkan produk, jasa atau brand lainnya yang sejenis.

Sebuah brand yang tidak mau ketinggalan zaman tentunya harus melirik media sosial sebagai salah satu channel pemasarannya. Banyak media promosi yang dapat digunakan dari yang umum hingga unik atau baru yang hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi, yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru. Tak terkecuali untuk bisnis perhotelan, yang bisa memberikan awareness terkait produk mereka maupun promo mereka pada masyarakat.

Pada era digital seperti saat ini hampir setiap penduduk di dunia memiliki akun media sosial seperti Facebook maupun Instagram. Media sosial seperti Facebook atau Instagram bisa menjadi salah satu media promosi yang sangat efektif apabila dimanfaatkan dengan tepat. Banyak seperti restaurant, cafe, villa, hotel dan tempat nongkrong anak muda yang telah menggunakan media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi sekaligus membentuk branding awareness. Tak ada salahnya juga jika unit hotel memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Di jaman sekarang, banyak Hotel sudah memiliki divisi khusus untuk manajemen digital marketing atau juga bisa disebut Internet Marketing, atau bisa juga ditugaskan kepada staff *ecommerce* atau *marketing communication* (marketing komunikasi)

Padjadjaran Suites and Convention Hotel Bogor memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi promosi untuk memperluas jangkauan marketingnya. Media sosial yang digunakan untuk promosi mereka adalah Instagram, Facebook dan Website. Dengan adanya media sosial tersebut Padjadjaran Suites and Convention Hotel Bogor memberikan promo diberbagai kesempatan seperti Diskon saat Anniversary Hotel, promo lebaran, promo bulan ramadhan dan promo lainnya melalui media sosial mereka.

Melakukan promosi melalui media sosial cukup membantu marketing hotel dalam memberikan informasi ataupun penawaran menarik kepada pelanggan. Promosi melalui media sosial prosesnya cukup mudah, biaya promosi yang relative murah, dan jangkauannya cukup luas sehingga bagi hotel promosi ini cukup membantu marketing hotel agar dapat lebih dikenal tidak hanya di daerah tersebut tetapi dari berbagai daerah yang jangkauannya lebih luas.

Melakukan promosi melalui media sosial terbukti ampuh dengan penghasilan yang lebih meningkat dan berkembang dari waktu ke waktu. Bagi perusahaan dan pembisnis kekuatan media sosial pun bisa digunakan untuk melakukan promosi produk ataupun jasa sehingga banyak khalayak yang mampu mengenali juga tertarik untuk membeli produk dan jasa tersebut. Semua itu berkat adanya media sosial dengan beragam bentuk juga beragam cara yang bisa digunakan melakukan promosi tersebut.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan promosi melalui media sosial di Padjadjaran Suites and Convention Hotel Bogor ?
2. Apa saja keunggulan dan manfaat penggunaan media sosial sebagai media promosi pada Padjadjaran Suites and Convention Hotel Bogor?
3. Apa saja hambatan penerapan promosi melalui media sosial pada Padjadjaran Suites and Convention Hotel Bogor dan cara mengatasinya ?

## METODE PENELITIAN

Studi ini merupakan hasil observasi dan praktek kerja pada Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel sebagai salah satu hotel yang berada dalam Padjadjaran Group dengan *owning company* (perusahaan pemilik) yang bernama PT. Alisyia Kurnia Beauty. Observasi dilaksanakan pada 3 Februari – 15 Maret 2020 dengan menyaksikan langsung pelaksanaan kerja pada dunia usaha yang menjadi obyek observasi serta melakukan pengumpulan data sekunder dan wawancara secara lisan dengan pihak terkait. Data hasil observasi yang terkumpul diuraikan untuk kemudian dibandingkan dengan teori terkait untuk menarik kesimpulan kesesuaiannya. Secara umum studi ini terkategori hasil penelitian kualitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uraian Singkat Padjadjaran Suites

Perusahaan ini pertama kali berdiri tanggal 2 Maret 2009 dan hanya mempunyai satu bidang usaha, yaitu salon kecantikan yang bernama Leha-Leha yang beralamat di Ruko Archade C-16 Bogor Nirwana Residence, Jl. Bogor Nirwana Raya, Bogor. Pada tanggal 27 April 2001 PT. Alisyia Kurnia Beauty mengembangkan bidang usahanya lebih luas. Sampai pada tanggal 27 Desember 2010 mulailah merambah pada bidang perhotelan dengan Padjadjaran *Suites Hotel & Conference* sebagai pilot *projectnya*, hingga kemudian mengulang kesuksesannya dengan menghadirkan dua property berikutnya yaitu Padjadjaran *Suites Business & Conference* Hotel yang terletak di Cengkareng dan Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel yang berlokasi di Bogor Nirwana Residence – Bogor.

Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel yang beralamat di Jalan Bogor Inner Ring Road Lot XIX C-2 No.17, Bogor Nirwana Residence, Bogor 16132 West Java – Indonesia adalah sebuah hotel yang di desain modern dengan memperhatikan nilai-nilai tradisi Sunda sesuai dengan letaknya di daerah Pasundan.

Hotel yang secara resmi dibuka (*Grand Opening*) pada tanggal 22 Februari 2014 ini adalah hotel bintang empat yang mempunyai 143 kamar. Kamar sejumlah 143 itu terdiri dari 131 *Superior*, 8 *Executive*, dan 4 *Royal Suites*. Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel mempunyai visi: A city hotel with the best guest service in the city to reach the best profitability (sebuah hotel di kota dengan pelayanan tamu terbaik di kota untuk mencapai keuntungan yang terbaik). Sedangkan misinya adalah: *With the spirit of honesty, transparency, accountability, togetherness and great working ethic, we will achieve comfortable working place and stake holder's satisfactory also achieving the best Company Social Responsibility result* (dengan semangat kejujuran, transparansi, akuntabilitas, kebersamaan dan etos kerja yang luar biasa, kita akan mencapai suasana kerja yang nyaman dan kepuasan seluruh unsur juga hasil tanggung jawab sosial perusahaan)

Hotel yang terdiri dari enam lantai ini mempunyai nomor telepon 0251-756-9000 dan nomor faximile 0251-756-3822. Yang unik dari Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel adalah tidak adanya lantai empat. Sebagai hotel berbintang empat yang sangat mengedepankan kepuasan tamunya, Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung seperti outdoor swimming pool lengkap dengan sunken bar, ballroom, meeting room, free Wi-Fi internet connection, restaurant, fitness center & spa, 24 hours room service, area parkir yang luas untuk bisa menampung 85 buah mobil, lobby lounge dan Hegarmanah Music Lounge untuk tempat bersantai bagi para tamu.

Dengan mengusung tagline “The Biggest and Best Venue for MICE in Bogor”, tentunya Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel memiliki perbedaan dengan beberapa pendahulunya, dimana Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel memiliki Ballroom atau yang biasa disebut Bale Pakuan dengan jumlah kapasitas yang terbilang cukup besar dimana dapat menampung hingga ribuan orang, ditambah lagi dengan 21 *Function Room* sebagai konsekuensi keberadaan Padjadjaran *Suites Resort & Convention* Hotel yang juga sebagai hotel MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*).

Untuk 21 *function room* sebagian berada di tower terpisah dari *main building* sehingga meeting atau keperluan bisnis tamu tidak akan terganggu. Bale Pakuan yang bisa dipisah menjadi dua bagian dengan daya tampung sekitar 1000 orang. Bale Rancage yang merupakan nama dari *function room* di Padjadjaran *Suites Resort & Convention Hotel* memiliki kapasitas yang beragam, mulai dari 20 hingga 200 orang bila disatukan dengan Bale Pakuan dapat menampung hingga 1000 orang. Atau bagi yang ingin menyelenggarakan kegiatan outdoor, Swimming Pool dan Hegarmanah Music Lounge juga bisa disulap menjadi area serbaguna dengan kapasitas 150 sampai 200 orang.

Untuk kenyamanan tamu juga disediakan duah buah *lift* yang masing-masing berkapasitas 750 kg dan bisa menampung sampai 11 orang. Untuk kenyamanan tamu fasilitas *lift* dilengkapi dengan *battery* yang bisa membuat *lift* tetap berjalan dan berhenti dilantai terdekat seandainya listrik mati dalam keadaan darurat. Masing-masing kamar memakai kunci pintu dengan *system ving card* yang bisa membuat pintu tetap bisa dibuka dengan kunci dari luar dan tanpa kunci dari dalam dengan keadaan listrik mati sekalipun.

Selain itu untuk fasilitas penunjang keamanan bagi para tamu yang disediakan di hotel ini adalah *cctv* yang ada beberapa buah di masing-masing koridor mulai area parkir sampai lantai tujuh. Fasilitas *heat detector* setiap enam meter jarak enam meter di tiap koridor dan tiga buah alat pemadam aapi ringan serta satu buah *hydrant*. Semua fasilitas keamanan dan kenyamanan Padjadjaran *Suites Resort & Convention Hotel* dipersiapkan dan diperlengkapi demi kepuasan seluruh tamu yang menginap seperti visi dan misi Padjadjaran *Suites Resort & Convention Hotel*.

### **Penerapan Promosi melalui Media Sosial di Padjadjaran *Suites and Convention Hotel* Bogor**

Kehadiran situs jejaring sosial akhir-akhir ini cukup menarik perhatian penggunanya. Tujuan awal situs tersebut adalah sebagai media pencari pertemanan, namun dalam perkembangannya para pengguna situs tersebut mampu mengoptimalkan penggunaan yang lebih luas. Artinya, keberadaan situs tersebut dapat dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk berbagai kepentingan, termasuk kepentingan bisnis (Purwanto, 2011). Menurut Deru dan Cindy (2017) Kecepatan akses internet dan pesatnya pertumbuhan industri *smartphone* memudahkan orang untuk mendapatkan informasi. Di bidang pemasaran, ini mempengaruhi cara promosi dilakukan. Penggunaan media sosial yang sebenarnya adalah untuk interaksi sosial antara individu online, lalu menjadi umum digunakan oleh perusahaan sebagai alat untuk promosi.

Banyak pelaku bisnis yang memilih media sosial sebagai alat promosi, karena penggunaannya cukup efektif dan dapat di akses oleh siapa saja. Hal tersebut membuat promosinya dapat menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga memudahkan perusahaan untuk memberikan promo yang dapat menarik minat konsumen. Begitu pula dengan Padjadjaran *Suites* yang menggunakan media sosial sebagai salah satu alat promosinya. Berikut ini media sosial yang digunakan sebagai alat promosi oleh Padjadjaran *Suites and Convention Hotel* Bogor:

#### **1. Instagram**

Padjadjaran *Suites Hotel* memiliki akun Instagram bisnis dengan nama @padjaransuiteresort yang telah aktif sejak 2015 dan memiliki 750 postingan, 3.465 pengikut, dan 326 mengikuti. Melalui akun @padjaransuiteresort, bagian House Art dan Public Relation dari Padjadjaran *Suites* bertugas untuk membuat pamflet berupa promo diskon dan juga mengelola setiap akun media sosial sekaligus menjadi admin dan merespon setiap pertanyaan konsumen baik melalui kolom komentar atau direct message.

Konten yang di posting pada akun Instagram tersebut dilakukan tidak menentu bisa jadi dalam satu minggu hanya 1 postingan, atau 2 postingan bahkan lebih. Postingan tergantung pada ada atau tidaknya event di Padjadjaran *Suites* pada minggu tersebut. Jika ada event yang berlangsung 5 hari berturut-turut di Padjadjaran *Suites* bisa jadi dalam satu minggu admin akan memposting foto atau video tentang kegiatan event tersebut setiap hari pada minggu tersebut.

Setiap postingan di Instagram Padjadjaran Suites selalu di sertakan beragam *hashtag* yang memungkinkan postingan tersebut dapat tersebar lebih luas tidak hanya tersebar pada *followers* @padjadjaransuitesresort saja. *Hashtag* tersebut seperti #HotelBogor agar semua orang yang sedang mencari hotel di daerah Bogor dapat menelusuri *hashtag* tersebut.

Selain itu digunakan pula *hashtag* #hotelmeeting #gunungsalak #meetingpackage #hotelview #meetingroom dan *hashtag* lainnya yang memungkinkan di telusuri oleh banyak orang. Adapun alasan Padjadjaran Suites memilih Instagram sebagai salah satu media promosinya, karena instagram salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna terutama di Indonesia. Selain itu penggunaanya efektif dan tidak memerlukan biaya yang besar untuk promosinya. Konsumen juga dapat dengan leluasa memberikan tanggapannya akan kendala atau rasa puas terhadap Padjadjaran Suites Hotel.

Promosi yang dilakukan oleh Padjadjaran Suites melalui instagram adalah dengan memberikan promo seperti diskon harga kamar pada hari-hari tertentu, seperti hari kemerdekaan, tahun baru atau *anniversary* hotel. Selain itu akun @padjadjaransuitesresort juga memposting foto atau video berupa fasilitas hotel, makanan atau minuman yang tersedia di hotel, dan kegiatan atau event yang sedang berlangsung di hotel. Admin juga biasanya merepost setiap foto atau video yang di tag dan di bagikan oleh pelanggan yang berkunjung ke hotel pada akun Instagram mereka. Selain kegiatan promosi, Instagram Padjadjaran Suites juga memposting ucapan selamat pada hari-hari peringatan tertentu, seperti Hari Jadi Bogor, Hari Sumpah Pemuda dan Idul Fitri (Foto terdapat pada Lampiran). Hal tersebut dilakukan agar konsumen dapat terus mendapatkan informasi ataupun update dari akun Instagram Padjadjaran Suites.

## 2. Facebook

Padjadjaran Suites Hotel memiliki akun Facebook Fanpage dengan nama Padjadjaran Suites Resort & Convention Hotel, memiliki 2.130 orang menyukai, 2.124 pengikut, dan 17.296 pernah checked in. Pihak manajemen yang mengelola akun Facebook sama dengan Instagram yaitu bagian Public Relation dan House Art, sedangkan pembuatan konten atau pamflet dikerjakan oleh bagian House Art dari Padjadjaran Suites. Konten yang di posting pada Facebook biasanya sama dengan yang di posting pada akun Instagram baik foto atau video dan waktu konten tersebut di posting. Karena yang di posting pada akun Instagram sudah pasti terkoneksi pada akun Facebook Padjadjaran Suites, sehingga ada banyak postingan yang sama dengan yang ada pada Instagram.

Untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, setiap postingan di Facebook juga sama seperti Instagram yaitu diberikan *hashtag* yang memungkinkan postingan tersebut tidak hanya tersebar pada *followers* saja. *Hashtag* tersebut seperti #HotelBogor #hotelmeeting #gunungsalak #meetingpackage #hotelview #meetingroom dan *hashtag* lainnya yang memungkinkan *hashtag* tersebut ditelusuri banyak orang yang memang sedang mencari tempat yang menawarkan apa yang mereka butuhkan.

Alasan Padjadjaran Suites memilih Facebook sebagai salah satu media promosinya karena Facebook termasuk dalam media sosial yang banyak digunakan terutama di Indonesia. Selain itu adanya Facebook Bisnis yang memudahkan perusahaan dalam mengelola akun tersebut sebagai media yang efektif untuk melakukan promosi, dan tampilan Facebook yang memudahkan konsumen dalam mencari informasi mengenai Padjadjaran Suites.

Promosi pada Facebook sama seperti Instagram yaitu memberikan informasi mengenai kegiatan promosi yang sedang diadakan oleh Padjadjaran Suites. Selain itu ada juga berupa konten video dan foto berupa informasi mengenai fasilitas yang terdapat di hotel dan kegiatan event yang berlangsung di hotel. Tampilan pada Facebook dilengkapi dengan beragam informasi seperti kontak telepon atau whatsapp, link website, alamat, dan email. Pada Facebook terdapat halaman khusus mengenai ulasan yang di buat untuk para pelanggan yang pernah menginap di Padjadjaran

Suites, mereka membagikan pengalaman atau kesan mereka selama menginap di Padjadjaran Suites. Perbedaan signifikan yang terdapat pada Facebook dibandingkan Instagram adalah semua pamflet promo yang pernah dibagikan dari bulan-bulan sebelumnya masih terdapat pada akun tersebut, terlihat pada halaman foto ada banyak promo diskon yang pernah dilakukan. Hal tersebut berarti Media Facebook lebih berfokus pada semua kegiatan promosi pada Padjadjaran Suites.

### 3. Website

Padjadjaran Suites Hotel memiliki website bisnis dengan nama padjadjaransuitesresort.com dengan tampilan web lengkap yang memiliki informasi kontak, alamat, gallery foto, blog yang di posting setiap minggu dan review dari konsumen yang pernah menginap di Padjadjaran Suites Hotel. Website Padjadjaran Suites juga sama dengan media sosial Instagram dan Facebook yaitu dikelola oleh bagian Public Relation dan House Art.

Konten yang diposting pada Website hanya satu atau dua kali dalam sebulan, karena pada Website hanya memposting pamflet promo yang biasanya dilakukan pada bulan-bulan tertentu saja. Pengecualian untuk halaman blog yang selalu terdapat konten yang diposting tiap minggunya. Karena biasanya pada Website lebih berfokus untuk memberikan informasi dan pelayanan mengenai pemesanan room kamar atau meeting package. Untuk membuat jangkauan promosi pada Website lebih luas adalah dengan memanfaatkan Media Instagram dan Facebook yang memberikan informasi link agar konsumen dapat mengakses menuju link Website tersebut.

Tampilan pada Website memiliki perbedaan dibandingkan dengan Instagram dan Facebook adalah tidak hanya memberikan informasi promo tetapi bisa melakukan pemesanan kamar langsung pada website Padjadjaran Suites dan ada juga link yang mengarahkan pada booking melalui website tripadvisor. Tampilan web juga memudahkan konsumen mencari informasi mengenai fasilitas hotel, *room type*, dan *meeting package* yang dilengkapi keterangan foto.

Website dari Padjadjaran Suites memang dikhususkan untuk kegiatan pemesanan room kamar ataupun meeting package karena informasi melalui website lebih lengkap dari pada melalui media Instagram dan Facebook. Adapun promo yang diberikan pada website tetapi tidak ada pada media Instagram ataupun Facebook, karena promo tersebut ditawarkan khusus untuk konsumen yang memesan melalui website.

### **Keunggulan dan manfaat penggunaan media sosial sebagai media promosi pada Padjadjaran Suites And Convention Hotel Bogor**

Penggunaan media sosial sebagai media promosi memiliki keunggulan dan manfaat bagi perusahaan ialah sebagai berikut:

#### 1. Instagram

Penggunaan Instagram sebagai media promosi memiliki keunggulan dan manfaat bagi Padjadjaran Suites, karena biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi terbilang cukup terjangkau. Selain itu karena pengguna dari Instagram itu sendiri yang jumlahnya banyak dan semakin bertambah. Dengan banyaknya pengguna Instagram, maka kemungkinan jangkauan promosinya semakin luas. Instagram sendiri dikelola oleh bagian khusus yang juga bagian dari departemen marketing, oleh karena itu segala kegiatan promosi yang dilakukan di Instagram dapat terkelola dengan baik.

Dengan penggunaan Instagram perusahaan menjadi lebih mudah untuk menjalin komunikasi dengan konsumen, karena pada halaman Instagram terdapat informasi kontak atau email dan link website untuk melakukan reservasi. Perusahaan juga dapat dengan mudah menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari konsumen baik melalui kolom komentar atau *direct message*. Perusahaan juga akan mudah dalam menerima feedback dari konsumen, hal tersebut akan memudahkan perusahaan untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas dari keluhan yang diterima langsung melalui Instagram.

Keunggulan lainnya dalam penggunaan Instagram adalah update informasi dapat dilakukan dengan cepat, dan dengan adanya koneksi langsung ke Facebook juga membuat promosinya lebih efisien. Selain itu juga akan meningkatkan *traffic* ke

website karena setiap postingan pamflet promo dan pada homepage disertai dengan informasi untuk mengakses link.

Konten yang di posting dapat dikreasikan tidak hanya berupa foto tetapi juga bisa berupa video sehingga followers tidak bosan dengan tampilan pada Instagram. Jika postingan Instagram tersebut bagus dan menarik, memungkinkan untuk mendapatkan *followers* baru dan menarik minat konsumen terhadap Padjadjaran Suites

Dengan menggunakan promosi berbayar perusahaan dapat menentukan konsumen yang akan menjadi pasar sasaran perusahaan, berdasarkan dari usia, hobi ataupun kota tempat tinggalnya. Hal tersebut memudahkan perusahaan untuk mencari calon konsumen yang *potential*.

## 2. Facebook

Penggunaan Facebook sebagai media promosi memiliki keunggulan dan manfaat bagi Padjadjaran Suites, sama halnya seperti Instagram biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi terbilang cukup terjangkau. Selain itu karena pengguna dari Facebook itu sendiri yang jumlahnya banyak dan semakin bertambah. Dengan banyaknya pengguna Facebook, maka kemungkinan jangkauan promosinya semakin luas. Facebook sendiri dikelola oleh bagian khusus yang juga bagian dari departemen marketing, oleh karena itu segala kegiatan promosi yang dilakukan di Facebook dapat terkelola dengan baik.

Dengan penggunaan Facebook perusahaan menjadi lebih mudah untuk menjalin komunikasi dengan konsumen, perusahaan juga dapat dengan mudah menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari konsumen baik melalui kolom komentar atau *messenger*. Dengan adanya halaman khusus mengenai *review* atau ulasan pelanggan membuat perusahaan akan lebih mudah dalam menerima feedback dari konsumen, hal tersebut akan memudahkan perusahaan untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas dari keluhan yang diterima langsung melalui Facebook.

Penggunaan Facebook lebih efisien karena terkoneksi dengan Instagram, sehingga setiap postingan hanya perlu ditautkan pada setiap akan memposting di akun Instagram. Selain itu juga akan meningkatkan *traffic* ke website karena setiap postingan pamflet promo dan pada homepage disertai dengan informasi untuk mengakses link.

Konten yang di posting pada Facebook juga tidak hanya berupa foto tetapi juga bisa berupa video sehingga followers tidak bosan dengan konten yang di posting. Jika postingan Facebook tersebut bagus dan menarik, memungkinkan untuk mendapatkan *followers* baru dan menarik minat konsumen terhadap Padjadjaran Suites.

Dengan menggunakan Facebook Ads perusahaan dapat menentukan konsumen yang akan menjadi pasar sasaran perusahaan, berdasarkan dari usia, hobi ataupun kota tempat tinggalnya. Hal tersebut memudahkan perusahaan untuk mencari calon konsumen yang *potential*.

## 3. Website

Penggunaan Website sebagai media promosi memiliki keunggulan dan manfaat bagi Padjadjaran Suites, sama halnya seperti Instagram dan Facebook biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi terbilang cukup terjangkau. Website sendiri dikelola oleh bagian khusus yang juga bagian dari departemen marketing, oleh karena itu segala kegiatan promosi yang dilakukan di Website dapat terkelola dengan baik

Keunggulan lainnya dari penggunaan Website sebagai media promosi adalah dapat menjangkau pasar yang luas. Website dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja dan dimana saja, bahkan aksesnya tidak hanya orang Indonesia tetapi juga dari luar negara Indonesia. Penggunaan kata pada Website sendiri adalah berbahasa Inggris, agar memudahkan semua orang baik warga Indonesia ataupun turis asing yang sedang mencari penginapan atau ruang meeting.

Website memiliki fitur lengka, selain berisikan informasi tetapi juga bisa mengukur tingkat keberhasilan pada Website tersebut. Perusahaan dapat mengetahui mengenai jumlah orang yang mengunjungi Website, dan informasi apa yang paling sering dicari. Sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan atau peningkatan kualitas maupun pelayanan berdasarkan dari data tersebut. Promosi pada Website

biasanya lebih spesial, karena ada promo yang hanya ditawarkan jika konsumen mengakses melalui Website. Tampilan pada Website juga lebih dikhususkan untuk melakukan pemesanan room kamar atau meeting package, informasi tentang hal tersebut lebih lengkap dan memudahkan konsumen untuk mencari informasi lengkapnya. Adanya halaman *Reservation* juga membuat proses pemesanan lebih efektif dan efisien, hal tersebut menguntungkan baik untuk perusahaan ataupun konsumen.

#### **Hambatan penerapan promosi melalui media sosial dan cara mengatasinya**

Dalam proses penerapan promosi pasti akan menemukan hambatan dalam pelaksanaannya, hal ini membuat perusahaan perlu menyusun strategi dan mengatasi hambatan tersebut agar proses promosi dapat berjalan dengan baik. Begitu pula dengan Padjadjaran Suites yang terdapat hambatan dalam proses penerapan promosinya.

Berdasarkan informasi dari pihak Public Relation mereka selalu berusaha untuk memberikan informasi dan mempromosikan Padjadjaran Suites hotel, tidak hanya pada konsumen lokal tetapi juga pada konsumen nasional. Dengan mempublikasikan setiap promo yang ada dan membuat event tahunan untuk menarik minat konsumen. Hambatan yang dihadapi adalah Padjadjaran Suites berusaha agar dapat menjangkau konsumen pada tingkat nasional, tetapi media yang saat ini digunakan masih tidak bisa untuk membuat promosinya mencapai pasar nasional.

Cara untuk mengatasi hambatan tersebut adalah dengan memaksimalkan promosi pada media sosial yang sekarang digunakan yaitu Instagram, Facebook dan Website. Berusaha untuk lebih update dan akurat dalam memberikan informasi terbaru dari hotel. Untuk media sosial Instagram dan Facebook menggunakan promosi berbayar agar jangkauan promosi bisa tersebar lebih luas, tidak hanya terbatas pada followers saja. Postingan Instagram atau Facebook yang menggunakan promosi berbayar akan memiliki tombol yang bisa ditujukan pada Website. Hal tersebut akan menguntungkan website Padjadjaran Suites karena jumlah pengunjung Website akan bertambah seiring berjalannya promosi berbayar pada Instagram dan Facebook.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan uraian di atas berikut ini adalah kesimpulan yang dapat diuraikan:

1. Padjadjaran Suites menggunakan tiga Media Sosial yang digunakan untuk melakukan promosinya yaitu Instagram, Facebook, dan Website. Baik Instagram, Facebook dan Website masih terkelola dengan baik dan selalu memberikan update informasi baik itu berupa promo maupun konten lainnya mengenai Padjadjaran Suites. Penggunaan ketiga Media Sosial tersebut cukup efektif dan efisien serta tidak memerlukan biaya yang besar untuk promosinya. Jangkauan ketiga Media Sosial tersebut sangat luas didukung dengan banyaknya pengguna dari berbagai kalangan terutama di Indonesia.
2. Hambatan yang dihadapi adalah sulitnya mempublikasikan dan mempromosikan Padjadjaran Suites agar dapat memperluas jangkauannya ke tingkat nasional. Hal tersebut diatasi dengan berusaha untuk update dan akurat dalam memberikan informasi terbaru dari hotel. Selain itu untuk Media Sosial Instagram dan Facebook menggunakan promosi berbayar, karena perusahaan dapat menentukan konsumen yang akan menjadi target pasar berdasarkan dari usia, hobi ataupun kota tempat tinggalnya. Hal tersebut memudahkan perusahaan untuk mencari calon konsumen yang *potential*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: PT. Raja Graaindo Persada.
- Alma, Buchari. 2018. **Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta.
- Amanu, Taufan Dedy Utama. 2017. **Strategi Promosi Produk *Wise Coffee* Melalui Media Sosial *Instagram* Untuk Meningkatkan Jumlah *Engagement***. Tugas Akhir.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 2. Yogyakarta: BPF.

- Hermawan, Agus. 2012P. **Komunikasi Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Indika, Deru dan Cindy Jovita. 2017. **Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen**. Jurnal Bisnis Terapan.
- Kotler, Philip. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: PT. Prenhallido.
- Nasrullah, Rulli. 2017. **Media Sosial**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Purwanto, Djoko. 2011. **Komunikasi Bisnis**. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Sunyoto, Danang. 2019. **Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)**. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)**. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. **Strategi Pemasaran**. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.  
<http://eprints.umpo.ac.id/4127/3/3.%20RENDY%20SKRIPSI%20%20BAB%20II.pdf>  
Diakses pada tanggal 21 Juni 2020
- Marjuki, M. and Fadillah, A., 2014. Pengaruh Tenaga Penjualan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(1).
- Setiawan, B. and Fadillah, A., 2020. Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), pp.29-36.
- Hanyani, T. and Fadillah, A., 2013. Pengaruh Kualitas dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), pp.237-246.
- Sinaga, B.A. and Sulistiono, S., 2020. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), pp.79-94.
- Sulistiono, S. and Mashadi, M., 2018. Diversifikasi Perkebunan Kopi Sebagai Tempat Wisata Di Pangalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Abdimas*, 2(1), pp.038-042.
- Mintarsih, C. and Sulistiono, S., 2020. Pengaruh Personal Selling Dan Event Marketing Terhadap Minat Studi Lanjut Siswa SLTA Pada IBI Kesatuan. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 4(2), pp.125-136.