

---

## **PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI MELALUI PLATFORM TIKTOK DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* HOLIDAY INN RESORT BARUNA BALI**

**Ni Putu Yeni Astiti<sup>1,\*</sup>, Made Dina Garcia<sup>2</sup>**

Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: yeni.astiti@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Dalam dunia yang semakin padat dengan iklan dan konten, bisnis harus mampu menampilkan merek mereka untuk menarik perhatian pelanggan potensial. Brand awareness bukan hanya bergantung pada kemampuan konsumen untuk mengingat atau mengenali merek bisnis secara pasif, tetapi juga pada interaksi aktif konsumen melalui media sosial dan platform online. TikTok telah berkembang menjadi platform dominan dalam pemasaran digital saat ini, terutama karena fokusnya pada konten berbasis video pendek. Gaya kontennya yang unik dan menarik membuat platform ini menjadi alat yang efektif untuk menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Holiday Inn Resort Baruna Bali sebelumnya sudah pernah memakai platform tiktok tetapi 2 tahun belakangan tidak aktif kembali dan tidak konsisten dalam memposting konten. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin membantu Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali dengan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pengembangan Strategi Promosi melalui Platform Tiktok dalam Meningkatkan Brand Awareness Holiday Inn Resort Baruna Bali”. Secara lebih spesifik penulis akan memanfaatkan platform tiktok sebagai media promosi dan juga meningkatkan brand awareness dengan memantau algoritma tiktok dalam membuat konten yang menarik dan sesuai dengan target audiens serta memberikan pelatihan terkait cara penggunaan platform tiktok.

**Kata Kunci:** *Brand Awareness*, Holiday Inn Resort Baruna Bali, Tiktok

### **ANALISIS SITUASI**

Bali merupakan destinasi wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara, banyaknya tempat wisata di Bali memberikan peluang yang besar bagi pelaku bisnis khususnya di industri perhotelan. Fenomena ini ditunjukkan dengan munculnya beragam hotel yang menawarkan berbagai pilihan akomodasi guna memenuhi kebutuhan dan preferensi pengunjung serta memberikan pengalaman dan pelayanan yang baik. Meningkatnya kompetitor dalam industri perhotelan menekankan betapa pentingnya brand awareness bagi hotel, dimana hotel- hotel harus lebih proaktif dalam membangun citra merek dan menonjolkan keunggulan yang dimiliki.

*Brand awareness* merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran. Meningkatkan brand awareness berarti memastikan bahwa pelanggan mengenali merek dan barang bisnis kita, sehingga mereka lebih cenderung memilih merek bisnis kita daripada pesaing. Dalam dunia yang semakin padat dengan iklan dan konten, bisnis

harus mampu menampilkan merek mereka untuk menarik perhatian pelanggan potensial. (Wardana, 2018 dalam penelitian Susanto., et al , 2023). Berbagai upaya branding harus dilakukan guna menarik perhatian pelanggan dan memberikan pembeda dari kompetitor lainnya. Brand awareness bukan hanya menjadi faktor penting dalam memenangkan preferensi konsumen, tetapi juga untuk memastikan keberlangsungan dan keberhasilan bisnis dalam jangka panjang.

Holiday Inn Resort Baruna Bali merupakan hotel Bintang 5 dengan lokasi yang strategis dekat dengan pusat kota. Dalam meningkatkan occupancy dan mempertahankan citra merek hotelnya, Holiday Inn Resort Baruna Bali memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook dengan memposting konten seputar informasi promo hotel, keuntungan yang diperoleh, dll. Holiday Inn juga bekerja sama dengan online travel agency (OTA) seperti Booking.com, Agoda, Trip.com dan Traveloka. Selain itu, juga strategi promosi offline dengan melakukan aktivitas promosi maupun event di unit hotel. Namun promosi yang dilakukan di media sosial dengan memposting konten di Instagram dan Facebook kurang menjangkau banyak audiens sehingga dibutuhkan platform lain guna menjangkau lebih banyak audiens serta meningkatkan brand awareness hotel.

TikTok telah berkembang menjadi platform dominan dalam pemasaran digital saat ini, terutama karena fokusnya pada konten berbasis video pendek. Gaya kontennya yang unik dan menarik membuat platform ini menjadi alat yang efektif untuk menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Dengan memahami fitur dan potensi Tiktok, bisnis dapat membuat strategi pemasaran digital yang inovatif dan relevan untuk meningkatkan brand awareness dan interaksi konsumen. Menurut Smith dan Yang (2021) dalam penelitian Rusdianto & Setiawan (2024), brand awareness bukan hanya bergantung pada kemampuan konsumen untuk mengingat atau mengenali merek bisnis secara pasif, tetapi juga pada interaksi aktif konsumen melalui media sosial dan platform online. Holiday Inn Resort Baruna Bali sebelumnya sudah pernah memakai platform tiktok tetapi 2 tahun belakangan tidak aktif kembali dan tidak konsisten dalam memposting konten. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin membantu Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali dengan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pengembangan Strategi Promosi melalui Platform Tiktok dalam Meningkatkan Brand Awareness Holiday Inn Resort Baruna Bali”. Secara lebih spesifik penulis akan memanfaatkan platform tiktok sebagai media promosi dan juga meningkatkan brand awareness dengan memantau algoritma tiktok dalam membuat konten yang menarik dan sesuai dengan target audiens serta memberikan pelatihan terkait cara penggunaan platform tiktok.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi yang telah saya lakukan diperoleh bahwa Hotel Holiday Inn kurang menjangkau banyak audiens di platform media sosialnya sehingga diperlukan

platform lain yang dapat menjangkau lebih banyak audiens. Dalam konteks ini menggunakan platform tiktok dikarenakan sebelumnya Holiday Inn sudah pernah menggunakan tiktok tetapi tidak aktif kembali. Maka dari itu Holiday Inn perlu untuk kembali aktif di platform tiktok karena saat ini tiktok merupakan media sosial yang populer dan digunakan oleh banyak orang sehingga akan meningkatkan jangkauan audiens dan meningkatkan brand awareness hotel.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan analisis situasi diatas, ada beberapa solusi yang dapat dilakukan berdasarkan data yang diberikan antara lain:

1. Mengaktifkan kembali akun tiktok Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali
2. Memberikan sosialisasi dan pelatihan cara penggunaan platform tiktok
3. Membuat sosial media plan tiktok dengan memantau algoritma tiktok
4. Memantau dan mengevaluasi dampak dari promosi di tiktok

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan KKN terkait meningkatkan brand awareness Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali yaitu dengan melakukan promosi melalui sosial media tiktok, memberikan edukasi dan pelatihan cara penggunaan tiktok kepada tim marketing di Hotel Holiday Inn, membuat sosial media plan tiktok, serta mengevaluasi dampak dari promosi melalui platform tiktok.

1. Tahap observasi  
Pada tahap ini dilakukan observasi mengenai permasalahan yang terjadi di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali, yaitu dengan cara observasi langsung ke lapangan dengan tujuan mendapatkan informasi tersebut secara langsung melalui pimpinan Perusahaan dan masyarakat sasaran.
2. Tahap pelatihan  
Pada tahap pelatihan kepada tim marketing Holiday Inn Resort Baruna Bali mengenai cara penggunaan platform tiktok dengan melihat algoritma tiktok mengenai trend terkini yang sesuai dengan target audiens.
3. Tahap pembuatan sosial media plan tiktok  
Pada tahap ini, penulis membantu dalam membuat sosial media planner tiktok, seperti waktu posting, referensi konten, caption dan hastag, serta lagu yang akan digunakan.
4. Tahap Evaluasi  
Pada tahap evaluasi diorientasikan terhadap jumlah views, likes, coments konten yang telah di posting. Hasil evaluasi akan menjadi bahan untuk menyusun tindak lanjut program. Rencana tindak lanjut pada strategi promosi di platform Tiktok dengan melihat Holiday Inn baru kembali aktif di Tiktok dan memiliki jumlah

pengikut yang sedikit, maka dari itu Holiday Inn harus tetap konsisten dalam memposting konten, dan membuat konten yang menarik dengan memantau algoritma tiktok.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Penyempurnaan pada laporan dengan meningkatkan brand awareness melalui sosial media tiktok berhasil ditingkatkan dan disempurnakan melalui adanya pendampingan dan pelatihan pada tim marketing Holiday Inn Resort Baruna Bali. Yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tim marketing Holiday Inn Resort Baruna Bali mengenai platform Tiktok.



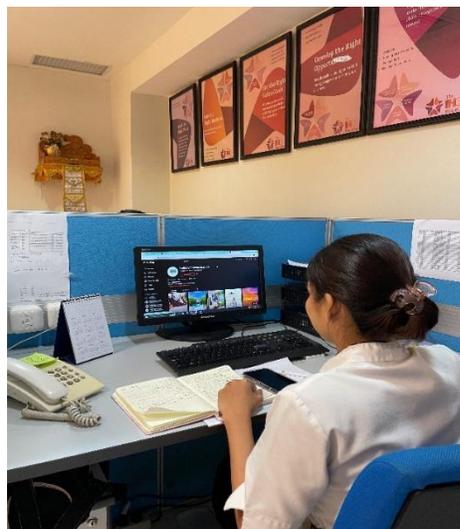
**Gambar 1.** Memberikan pelatihan mengenai cara penggunaan platform tiktok



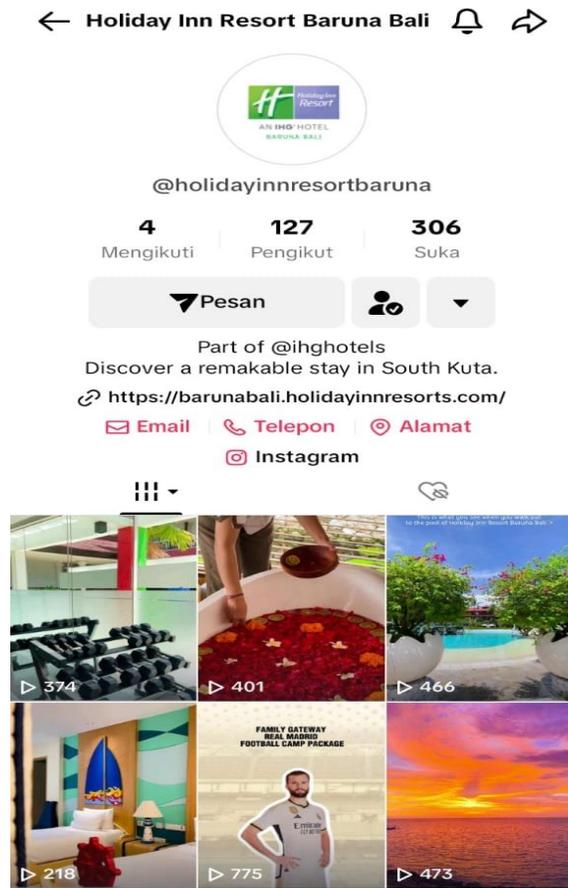
**Gambar 2.** Membantu membuat sosial media plan tiktok dan merencanakan konten tiktok



**Gambar 3.** Membantu dalam pengambilan konten



**Gambar 4.** Mengevaluasi dampak promosi pada platform Tiktok



Gambar 5. Tiktok Holiday Inn Resort Baruna Bali

## SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengembangan strategi promosi melalui sosial media tiktok dalam meningkatkan brand awareness sangatlah diperlukan melihat banyaknya kompetitor dalam industri perhotelan. Platform tiktok dipilih sebagai media promosi karena saat ini tiktok menjadi platform yang paling populer dengan jumlah pengguna yang sangat tinggi, dimana ini akan berpotensi besar dalam mencapai jangkauan audiens yang lebih luas.

Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemanfaatan platform tiktok sebagai media promosi telah mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tim marketing Holiday Inn. Meskipun belum memiliki dampak yang signifikan, melihat Holiday Inn baru kembali aktif di Tiktok dan memiliki jumlah pengikut yang sedikit. Namun dengan konsistensi dalam memposting konten dan menghasilkan konten yang menarik, maka upaya ini akan menghasilkan dampak yang signifikan dalam jangka panjang. Selain itu, strategi promosi ini diharapkan mampu secara bertahap meningkatkan brand awareness Holiday Inn Resort Baruna Bali.

Pengembangan strategi promosi melalui platform Tiktok harus diperkuat lagi dengan terus memantau algoritma tiktok, tetap konsisten dalam memposting konten, fokus pada pembuatan konten yang kreatif, menarik dan relevan dengan target audiens, tingkatkan interaksi dengan audiens dengan membuat konten yang memicu minat dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif, serta tetap memantau dan mengevaluasi strategi secara teratur guna memperoleh hasil yang maksimal.

Beberapa saran tambahan untuk meningkatkan exposure konten hotel, yaitu:

1. Mengadakan giveaway dengan hadiah yang menarik guna meningkatkan keterlibatan followers dan memperluas jangkauan audiens.
2. Manfaatkan tiktok ads.
3. Undang *influencer* untuk berkolaborasi guna membantu meningkatkan visibilitas merek hotel. Kolaborasi dengan influencer yang sesuai dengan merek hotel agar menarik perhatian pengguna baru dan memperluas jangkauan audiens.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Rusdianto, R. Y., & Setiawan, A. R. (2024). Penerapan Strategi Marketing Dalam Pembuatan Konten Menggunakan Softselling Dan Hardselling Pada Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Kisana. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 2(1), 130-137.
- Susanto, G., Leo, D., Evelyn, R., & Felicio, H. (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 483-491.