

OPTIMASI *DIGITAL MARKETING* PADA OYO SPRING HOTEL

Angga Satria Nugraha Sugeng
Manajemen Jejaring Bisnis

Siti Rahayu
Prita Ayu Kusumawardhany

ABSTRAK

Skripsi KWI ini membahas tentang optimasi sosial media dan online travel agent pada OYO Spring Hotel di Surabaya. Dengan fokus pada peningkatan tingkat okupansi hotel, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis segmenting, targeting, dan positioning (STP) untuk mengoptimalkan dan memperluas pasar hotel OYO Spring agar dapat menjangkau seluruh kawasan Surabaya. Dengan bimbingan dari Siti Rahayu dan Prita Ayu Kusumawardhany, penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan berharga bagi OYO Spring Hotel dalam upaya meningkatkan okupansi melalui pemanfaatan sosial media dan online travel agent. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wacana bagi hotel lain terkait strategi meningkatkan tingkat okupansi hotel melalui pemanfaatan media sosial dan online travel agent. Dengan demikian, skripsi ini tidak hanya menjadi kontribusi penting bagi OYO Spring Hotel, tetapi juga menjadi rujukan dan pembanding untuk penelitian selanjutnya dalam tema yang sama. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak terkait, serta menjadi landasan yang kuat untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam industri perhotelan.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Social Media, Online Travel Agent,*

OPTIMASI *DIGITAL MARKETING* PADA OYO SPRING HOTEL

Angga Satria Nugraha Sugeng
Business Network Management

Siti Rahayu
Prita Ayu Kusumawardhany

ABSTRACT

This thesis is the work of Angga Satria Nugraha Sugeng who discusses the optimization of social media and online travel agents at the OYO Spring Hotel in Surabaya. With a focus on increasing hotel occupancy levels, this research was carried out using the segmenting, targeting and positioning (STP) analysis method to optimize and expand the OYO Spring hotel market so that it can reach the entire Surabaya area. With guidance from Siti Rahayu and Prita Ayu Kusumawardhany, this research aims to provide valuable input for OYO Spring Hotel in its efforts to increase occupancy through the use of social media and online travel agents. Apart from that, it is also hoped that this research can provide discourse for other hotels regarding strategies to increase hotel occupancy levels through the use of social media and online travel agents. Thus, this thesis is not only an important contribution to OYO Spring Hotel, but also a reference and comparison for further research on the same theme. It is hoped that the results of this research will provide significant benefits for various related parties, as well as become a strong foundation for developing more effective marketing strategies in the hotel industry.

Keywords : *Digital marketing, Social Media, Online Travel Agent*