

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has had a lot of influence on people's patterns, culture and behavior. There are many new things that need to be adjusted due to the pandemic. Especially in the hotel business sector, with the COVID-19 pandemic, hoteliers experienced a very large change, especially a decrease in sales targets and a decrease in revenue for hotels. So the hotel needs a variety of new strategies that can increase revenue for the hotel. During the COVID-19 pandemic, for some people, going on vacation or using hotel facilities is something that is very feared, so the hotel must provide a sense of security and comfort to potential customers. The use of social media marketing under current circumstances has a significant impact on enhancing the image of the hotel. Based on the results, it is known that (Social Media Marketing) is significant to Brand Image. Then the regression equation shows that every increase in the variable (X) Social Media Marketing will cause an increase in the variable (Y) Brand Image by 0.792 and vice versa when experiencing a decrease in the variable Social Media Marketing it will decrease the variable Brand Image. From the results of the study that the influence of Social Media Marketing on the Brand Image Hotel During the Covid-19 Pandemic (Study on Swissôtel Jakarta PIK Avenue) had a significant effect. The results of the analysis of the coefficient of determination show that 88.8% Social Media Marketing has an effect on Brand Image, the remaining 11.2% is influenced by other variable not examined in this study.

Keyword: COVID-19, Brand image, Social Media Marketing, Hotel.

Wabah Pandemi Covid-19 membuat pengaruh terhadap pola, budaya dan perilaku masyarakat. Banyaknya hal baru yang perlu disesuaikan akibat pandemic tersebut. Terutama pada bidang usaha perhotelan, dengan adanya wabah pandemi covid-19 para pelaku bisnis perhotelan mengalami dampak perubahan yang sangat besar, terutama penurunan target penjualan dan penurunan pendapatan untuk hotel. Sehingga Hotel memerlukan berbagai macam strategi baru yang dapat meningkatkan pemasukan untuk hotel. Pada saat pandemic covid-19 bagi sebagian orang untuk berlibur atau menggunakan fasilitas

hotel merupakan hal yang sangat ditakuti, sehingga pihak hotel harus memberikan rasa aman dan nyaman kepada calon konsumen. Penggunaan pemasaran media sosial dalam keadaan seperti sekarang ini memberikan dampak signifikan untuk meningkatkan citra dari hotel tersebut. Berdasarkan hasil diketahui bahwa (*Social Media Marketing*) signifikan terhadap *Brand Image*. Maka persamaan regresi yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel (X) *Social Media Marketing* akan menyebabkan pertambahan pada variabel (Y) *Brand Image* sebesar 0,792 demikian juga sebaliknya ketika mengalami penurunan variabel *Social Media Marketing* maka akan menurunkan variabel *Brand Image*. Dari hasil penelitian bahwa pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Brand Image* Hotel Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi pada Swissôtel Jakarta PIK Avenue) berpengaruh secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan sebesar 88,8% *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap *Brand Image*, sisanya sebesar 11,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

