

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara

No.	Narasumber	Jabatan	Pertanyaan
1	N1	Digital Marketing Executive	Apa alasan utama tim memilih Meta Ads dibandingkan Google Ads dalam kampanye digital hotel?
2	N1	Digital Marketing Executive	Bagaimana karakteristik audiens target hotel Anda, dan bagaimana Meta Ads membantu menjangkau mereka?
3	N1	Digital Marketing Executive	Apa perbedaan paling signifikan antara Meta Ads dan Google Ads menurut pengalaman tim Anda?
4	N1	Digital Marketing Executive	Bisa dijelaskan bagaimana strategi kampanye awareness dan tactical diterapkan di Meta Ads?
5	N1	Digital Marketing Executive	Apa fungsi dari fitur Custom Audience dan Lookalike Audience dalam kampanye Meta Ads yang Anda jalankan?
6	N1	Digital Marketing Executive	Jenis konten seperti apa yang dinilai paling efektif dalam menarik perhatian audiens di Meta Ads?
7	N1	Digital Marketing Executive	Bagaimana cara tim mengevaluasi performa iklan dan menentukan strategi konten yang tepat?
8	N2	Assistant Digital Marketing Manager	Apa dampak yang dirasakan setelah menggunakan konten video dan carousel dalam kampanye Meta Ads?
9	N2	Assistant Digital Marketing Manager	Sejauh mana efektivitas kampanye Meta Ads memengaruhi keputusan pemesanan kamar?

10	N2	Assistant Digital Marketing Manager	Apakah Anda dapat menjelaskan lebih lanjut proses remarketing dan penyesuaian iklan yang dilakukan berdasarkan interaksi sebelumnya?
11	N2	Assistant Digital Marketing Manager	Bagaimana pelaksanaan A/B testing dilakukan dalam kampanye digital hotel?
12	N2	Assistant Digital Marketing Manager	Apa tantangan utama tim dalam mengelola Google Ads hingga saat ini?
13	N2	Assistant Digital Marketing Manager	Bagaimana rencana ke depan hotel untuk mengembangkan pemanfaatan platform digital lainnya?
14	N3	Senior Graphic Designer	Apa strategi desain visual yang digunakan untuk konten promosi di Meta Ads?
15	N3	Senior Graphic Designer	Bagaimana tim mendesain konten yang selaras dengan citra brand hotel?
16	N3	Senior Graphic Designer	Menurut Anda, mengapa visual seperti kolam renang dan pemandangan laut paling menarik untuk audiens?
17	N3	Senior Graphic Designer	Seberapa besar peran desain visual dalam membentuk persepsi brand di media sosial?
18	N4	Director of Sales & Marketing	Mengapa hotel lebih fokus pada platform yang mendukung booking langsung seperti Meta Ads?
19	N4	Director of Sales & Marketing	Apa strategi promosi utama yang digunakan untuk memperkuat brand exposure?
20	N4	Director of Sales & Marketing	Seberapa besar kontribusi media sosial terhadap pemesanan kamar hotel sejauh ini?
21	N4	Director of Sales & Marketing	Apa rencana pengembangan jangka panjang tim marketing dalam hal digital marketing?

22	N4	Director of Sales & Marketing	Menurut Anda, teknologi apa yang akan sangat berperan di masa depan dalam mendukung pemasaran hotel?
----	----	-------------------------------	--



2.Dokumentasi Wawancara



RIWAYAT HIDUP



Kadek Asa lahir di Desa Panji Anom pada tanggal 17 Januari 2003. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Nyoman Arum dan Ibu Luh Kertiasih. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Desa Panji Anom, Dusun Lebah Siung, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 2 Panji Anom dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 4 Singaraja dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2021, penulis lulus dari SMK Negeri 2 Singaraja dan ke Diploma VI Jurusan Manajemen, Prodi D4 Pengelolaan Perhotelan di Universitas Pendidikan Ganesha. Pada semester akhir tahun 2025 penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Preferensi Penggunaan Meta Ads dan Google Ads di Hotel Four Point By Sheraton Bali, Ungasan”.

