



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI PROMOSI HOTEL IBIS DAAN MOGOT JAKARTA DALAM
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA PANDEMI
VIRUS CORONA TAHUN 2020**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Diajukan sebagai satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S-I) Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan
Komunikasi Pemasaran**

UNIVERSITAS
Disusun Oleh :
Aris Verdinand Hutaaruk
44317120035
MERCUBUANA

**BIDANG STUDI PERIKLANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aris Verdinand Hutauruk
NIM : 44317120035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PROMOSI HOTEL IBIS DAAN MOGOT JAKARTA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA PANDEMI VIRUS *CORONA* TAHUN 2020 adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 03 Januari 2022
Yang membuat pernyataan,

(Aris Verdinand Hutauruk)

Mengetahui,

Pembimbing

(Yogi Prima Muda, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Aris Verdinand Hutauruk
NIM : 44317120035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*
Judul : STRATEGI PROMOSI HOTEL IBIS DAAN MOGOT JAKARTA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA
PANDEMI VIRUS *CORONA* TAHUN 2020

Jakarta, 03 Januari 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Yogi Prima Muda, M.Ikom)

A



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Aris Verdinand Hutauruk
NIM : 44317120035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*
Judul : STRATEGI PROMOSI HOTEL IBIS DAAN MOGOT JAKARTA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA
PANDEMI VIRUS *CORONA* TAHUN 2020

Jakarta, 03 Januari 2022


Ketua Sidang : * Eka Perwitasari, M.Ed *

()

Penguji Ahli : * Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom *

()

Pembimbing : * Yogi Prima Muda, M.Ikom *

()



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : STRATEGI PROMOSI HOTEL IBIS DAAN MOGOT JAKARTA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA
PANDEMI VIRUS *CORONA* TAHUN 2020

Nama : Aris Verdinand Hutauruk

NIM : 44317120035

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 03 Januari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi

Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Yogi Prima Muda, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising*
Aris Verdinand Hutauruk
44317120035

Strategi Promosi Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada pandemic Virus Corona Tahun 2020
Bibliografi : 5 Bab 79 hal + Lampiran + 24 Buku + 2 internet

ABSTRAK

Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta merupakan salah satu *brand property* terkemuka yakni *Accor Management* yang berada di Jakarta Barat dan berkembang pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi promosi yang dilakukan Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Era Pandemi *Covid-19* Tahun 2020.

Teori strategi promosi menjelaskan tentang iklan (*advertising*), promosi penjualan, acara dan pengalaman serta pemasaran dari mulut ke mulut (*direct marketing*) dan juga media sosial dan bauran promosi yang direncanakan, dirancang, dan disajikan dengan baik sebagai upaya mendorong keputusan pembelian calon konsumen.

Tipe penelitian menggunakan tipe deskriptif pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan observasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi. Hotel Ibis Daan merupakan brand properti yang memilih kegiatan promosi dengan bauran promosi seperti *Direct Marketing* (Penjualan langsung), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) dan *Public Relation* (Publisitas) serta media sosial seperti Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta mempergunakan *direct promotion* dan *indirect promotion*, dengan fokus pada upaya mendorong keputusan pembelian calon konsumen melalui media online dan bauran promosi.

Kata Kunci : komunikasi pemasaran, strategi promosi, bauran promosi, Hotel

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dengan rahmat dan kasihnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “STRATEGI PROMOSI IBIS DAAN MOGOT JAKARTA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA PANDEMI VIRUS CORONA TAHUN 2020”. Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar sarjana komunikasi jenjang Strata1 Fakultas Ilmu Komunikasi pada Program Studi Advertising and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Yogi Prima Muda, M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap Dekan, Kaprodi, Kabid, Dosen dan Karyawan di lingkungan Universitas Mercu Buana, Khususnya Jurusan Marketing Komunikasi atas ilmu dan pengalaman yang diberikan kepada penulis.
3. Bapak Yudha, selaku Sales Manager Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta dan segenap Management yang sudah berpartisipasi dalam penelitian ini
4. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Teman-teman penulis, khususnya yang berada di Jurusan Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana yang sudah bersedia membantu penulis dan memberikan dukungan dalam Menyusun skripsi ini.

Jakarta, 16 Oktober 2021

Penulis

Aris Verdinand Hutauruk



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.2.4. Strategi Promosi	22
2.2.5. Fungsi Promosi.....	24
2.2.6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	26
2.2.7. Bauran Promosi	28
2.2.8. Pengertian Hotel.....	31
2.2.9. Klasifikasi dan Jenis Pada Hotel.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Paradigma Penelitian.....	39

3.2	Metode Penelitian.....	40
3.3	Subjek Penelitian.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1.	Primer.....	43
3.4.2.	Sekunder.....	44
3.5	Teknik Analisis Data.....	44
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV	GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN.....	47
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1.	Sejarah Berdirinya Hotel Ibis Daan Mogot.....	51
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.1.3.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	54
4.2.	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1.	Strategi Promosi Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta.....	55
4.2.2.	Menentukan Fungsi Komunikasi.....	57
4.2.3.	Merancang Pesan.....	58
4.2.4.	Memilih Media.....	58
4.3.	Pembahasan.....	60
BAB V	KESIMPULAN.....	65
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	68
	LAMPIRAN.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik jumlah Wisatawan Mancanegara Menurun	3
Gambar 1.2	Pejalananan Wisatawan Nusantara Menurun	4
Gambar 1.3	Tingkat Okupansi Hotel di Indonesia termasuk Jakarta	4
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta	54
Gambar 4.3	Bentuk Promosi yang Secara Langsung Dipromosikan oleh Stasiun TV Sebagai Hotel Isolasi Mandiri	55
Gambar 4.4.	Media Berita Online Kumparan	56
Gambar 4.5	Media Berita Online Kompas	56
Gambar 4.6	Media yang digunakan dalam promosi hotel	59
Gambar 4.7	Tampilan website Hotel Ibis Daan Mogot	60



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
-----------	----------------------------	----



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Wawancara Narasumber	70
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian	74



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA