

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



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