



**IMPLEMENTASI KAMPANYE PADA PRODUK HOTEL OLEH HUMAS
PT TRAVEL WHOLESALE CENTER KEPADA PELANGGAN DI MASA
PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2020**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

Anisa Rachma S

44216110020

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : IMPLEMENTASI KAMPANYE PADA PRODUK HOTEL
OLEH HUMAS PT TRAVEL WHOLESAL CENTER KEPADA PELANGGAN
DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2020

Nama : Anisa Rachma S

NIM : 44216110020

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 November 2020

Mengetahui,

Pembimbing,

(Sabena,S.Ikom.M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : IMPLEMENTASI KAMPANYE PADA PRODUK HOTEL
OLEH HUMAS PT TRAVEL WHOLESALE CENTER KEPADA PELANGGAN
DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2020

Nama : Anisa Rachma S
NIM : 44216110020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

Jakarta, 04 December 2020

Ketua Sidang,

Anindita, S.pd, M.Ikom

()

Penguji Ahli,

Dr. Farid Hamid, M.Si

()

Pembimbing,

Sabena, S.Ikom. M.Ikom

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : IMPLEMENTASI KAMPANYE PADA PRODUK HOTEL
OLEH HUMAS PT TRAVEL WHOLESAL CENTER KEPADA PELANGGAN
DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA TAHUN 2020

Nama : Anisa Rachma S

NIM 44216110020

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

Jakarta, 04 December 2020

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

Mengetahui,

MERCU BUANA

Pembimbing,

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Sabena, S.Ikom, M.Ikom)

(Dr. Ely Yulawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa Rachma S
NIM : 44216110020
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :**IMPLEMENTASI KAMPANYE PADA PRODUK HOTEL OLEH HUMAS PT TRAVEL WHOLESALE CENTER KEPADA PELANGGAN DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA 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 plagiarism, 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, 04 December 2020

Yang membuat pernyataan,



Mengetahui,

Pembimbing,

(Sabena,S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Ely Yuliawati, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Hubungan Masyarakat
Anisa Rachma S
44216110020

Implementasi Kampanye Pada Produk Hotel Oleh Humas PT Travel Wholesale Center
Kepada Pelanggan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Tahun 2020

Jumlah Halaman :

Bibliografi : i-106

ABSTRAK

Perkembangan dunia perhotelan dalam upaya penyediaan jasa akomodasi pariwisata di Indonesia semakin hari semakin menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Seiring berkembangnya zaman dari waktu ke waktu yang semakin berkembang pesat memudahkan publik untuk melakukan segala sesuatunya secara online melalui platform booking online yang bisa digunakan dimanapun dan kapan pun tanpa terhalang ruang dan waktu. Tetapi seperti yang kita ketahui ditengah pandemi covid-19 saat ini kondisi perusahaan perjalanan atau travel mendapatkan hantaman yang cukup besar. Adanya pandemic covid-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor pariwisata nasional. Banyak perhotelan yang tutup sementara akibat pandemic covid-19. Latar belakang ini lebih memfokuskan kepada kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Humas Travel Wholesale Center di masa pandemic covid-19 untuk bisa mengembalikan citranya yang baik lagi dengan menawarkan beberapa produk-produk hotel masa pandemic untuk bisa mencuri perhatian pelanggan dengan harga yang terjangkau murah agar mau menggunakan kembali jasa travelnya. Teori yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan Teori Fenomenologi. Dimana teori ini menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Metode pada penelitian ini menggunakan Studi kasus , dengan pendekatan Kualitatif. Hasil penelitian dari Implementasi kampanye Pada Produk Hotel Oleh Humas Travel Wholesale Center di masa pandemic covid-19 dengan menggunakan media online di Instagram , Facebook dan Whatsapp sudah tetap dalam pemilihan media socialnya karena informasi pesan yang disampaikan langsung menjangkau ke publik dan diterima dengan baik , tetapi adapun hambatannya masih kurangnya daya tarik dari produk yang ditawarkan oleh Travel Wholesale Center ,dari sisi kalimat yang ada di setiap produk yang di publish melalui media social karena masih ada sebagian khalayak yang belum memahami produk hotel yang ditawarkan di masa pandemic seperti produk paynow staylater (bayarnya sekarang , menginapnya bisa nanti/menyusul) masih harus perlu ditingkatkan kembali.

Kata Kunci :Implementasi, Kampanye , Produk Hotel Wholesale Center, Masa Pandemic.



University of Mercu Buana
Faculty of Communication Science
Field of Studi Public Relations
Anisa Rachma S
44216110020

Implementation of Campaigns on Hotel Products by Public Relations of PT Travel
Wholesale Center for Customers during the Covid-19 Pandemic in 2020

Number of pages :

Bibliography : i-106

ABSTRACT

The development of the hotel world in an effort to provide tourism accommodation services in Indonesia is increasingly showing a very rapid development. Along with the development of the times from time to time it is growing rapidly that makes it easier for the public to do everything online through an online booking platform that can be used anywhere and anytime without being hindered by space and time. But as we know in the midst of the Covid-19 pandemic, the current condition of travel or travel companies is getting a pretty big hit. The covid-19 pandemic has had a significant impact on the national tourism sector. Many hotels have closed temporarily due to the Covid-19 pandemic. This background focuses more on the campaign activities carried out by the Public Relations Travel Wholesale Center during the Covid-19 pandemic to be able to restore its good image again by offering several hotel products during the pandemic to be able to steal the attention of customers at affordable, cheap prices so they want to use them. return to travel services. The theory used in this study uses the Phenomenology Theory. Where this theory makes actual experience the main data in understanding reality. The method in this research uses a case study, with a qualitative approach. The results of the research from the implementation of the campaign on hotel products by the Public Relations of Travel Wholesale Center during the Covid-19 pandemic using online media on Instagram, Facebook and Whatsapp have remained in their selection of social media because the message information conveyed directly touched the public and was well received, but As for the obstacles, there is still a lack of attractiveness of the products offered by the Travel Wholesale Center, in terms of the sentences in each product published through social media because there are still some people who do not understand the hotel products offered during a pandemic such as paynow staylatter products. now, the stay can be later / followed) still needs to be improved again.

Keywords: Implementation, Campaign, Wholesale Center Hotel Products, Pandemic Period.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberi kita begitu banyak nikmat dan senantiasa memberikan hidayah-Nya kepada setiap makhluk ciptaan-Nya sehingga atas izin Allah akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal ini.

Shalawat serta salam saya panjatkan juga kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, seorang yang istimewa dengan akhlak yang luar biasa sehingga bisa membawa umatnya menuju zaman yang penuh dengan rahmatan lil alamin. Penyusunan proposal ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercubuana .

Dalam penyusunan proposal ini yang berjudul **“Implementasi Kampanye Pada Produk Hotel Oleh Humas PT Travel Wholesale Center Kepada Pelanggan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Tahun 2020 ”** peneliti banyak sekali mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu penelitian ini :

1. Dosen Pembimbing Saya yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya proposal ini , Ibu Sabena,S.Ikom.M.Ikom
2. Bapak Kurniawan Halim selaku Chief Executive Officer di PT Travel Wholesale Center
3. Ibu Veronica selaku Manager Operasional pada bagian Hotel Wholesale Center
4. Ibu Lusiana selaku member agent yang terdaftar di Hotel WholesaleCenter

5. Dekan Universitas Mercubuana Jakarta , Bapak Ponco Sulistyono, M.Comn,
Ph.D
6. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta,
Bapak Dr. Farid Hamid Umarela ,M.Si
7. Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercubuana Jakarta, Ibu
Dr. Elly Yuliyawati, M.si
8. Sekretaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta,
Ibu Suryaning Hayati, SE, MM Selaku
9. Ibunda tercinta Neny Mulyani dan Ayahanda tercinta Ahmad Sudrajat yang
telah memberikan jalan, motivasi, semangat serta doa-doa yang teramat
besar hingga peneliti mampu untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
10. Adik saya tercinta Endah Sufi Sudrajat yang telah memberikan motivasi
dan semangat yang kuat sehingga terselesaikannya proposal penelitian ini .
11. Kepada para sahabat-sahabat saya tercinta yang telah memberikan semangat
serta dukungan yang tiada henti yaitu Ifitah Mugni , Sarrah Devina dan
Inggay Indreswari
12. Rekan-rekan dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam
penelitian yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu .

Saya menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih belum sempurna dan masih ada kekurangan didalamnya, sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal ini. Dan pada akhirnya, semoga apa yang ditulis dalam proposal skripsi ini bermanfaat bagi mereka yang membacanya dan khususnya bagi penulis sendiri.

Jakarta, 19 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Lembar Pernyataan Mahasiswa	v
Abstrak	vi
Abstrack	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.4.3 Manfaat Sosial	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8

2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 Definisi Komunikasi	13
2.2.1.1 Tujuan Komunikasi	16
2.2.1.2 Proses Komunikasi	16
2.2.2 Public Relations	18
2.2.2.1 Fungsi Public Relations	19
2.2.2.2 Tujuan Public Relations	21
2.2.2.3 Kegiatan Public Relations	25
2.2.2.4 Ruang Lingkup Public Relations	27
2.2.2.5 Khalayak Public Relations	28
2.2.3 Kampanye Public Relations	29
2.2.3.1 Jenis-Jenis Kampanye	30
2.2.3.2 Perencanaan Kampanye Public Relations	31
2.2.4 Media Kampanye Public Relations.....	33
2.2.5 Pengertian Hotel.....	33
2.2.5.1 Sejarah Hotel.....	33
2.2.5.2 Fungsi Hotel.....	36
2.2.5.3 Jenis Hotel.....	37
2.2.5.2 Klasifikasi Hotel Berdasarkan Kelas.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian.....	41

3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Subjek Penelitian	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Teknik Analisi Data	47
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1 Sejarah PT Travel Wholesale Center	50
4.1.2 Struktur Organisasi Travel Wholesale Center	52
4.1.3 Kegiatan Kampanye PT TWC	53
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Implementasi Kampanye Produk Hotel.....	57
4.2.2 Hambatan Kampanye	63
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Saran Akademis	69
5.2.2 Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Besar Kinerja Pertumbuhan Pariwisata	2
Tabel 1.2 Total Pengeluaran Wisatawan Nusantara	2
Tabel 1.3 Porsi Travel Booking Berdasarkan Perangkat	3
Tabel 1.4 Pendapatan Pemesanan Via Online Travel	3



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Definisi Komunikasi	14
Gambar 2.2 Proses Komunikasi	17
Gambar 3.1 Analisis Data	48
Gambar 4.1 Website HWC dan Buka Travel	51
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	52
Gambar 4.3 Intagram twc_indonesia	53
Gambar 4.4 Instagram twc_indonesia	54
Gambar 4.5 Facebook Travel wholesale center	55

