



**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DI HOTEL MERCURE
JAKARTA SABANG PADA MASA PANDEMIC COVID-19
PERIODE MEI 2020 – MEI 2021**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Ahmad Awaludin

44316120094

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Awaludin
NIM : 44316120094
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Menyampaikan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **ANALISIS STRATEGI PROMOSI DI HOTEL MERCURE JAKARTA SABANG PADA MASA PANDEMIC COVID-19 PERIODE MEI 2020 – MEI 2021** 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 di publikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa 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 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 17 July 2021

UNIVERSITAS


Yang membuat pernyataan,

MERCU BUANA



Ahmad Awaludin)
METERAI TEMPEL
71A3EAJX054243205

Mengetahui,

Pembimbing


(Dewi Sad Tanti, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi


(Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : Ahmad Awaludin
NIM : 44316120094
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang
Pada Masa Pandemic Covid-19 periode Mei 2020- Mei 2021.

Jakarta, 17 July 2021

Mengetahui,
Pembimbing

Dewi Sad Tanti, M. Ikom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Analisis Strategi Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang Pada Masa
Pandemic Covid-19 periode Mei 2020- Mei 2021.

Nama : Ahmad Awaludin

NIM : 44316120094

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 17 Juli 2021

Ketua Sidang : Dr. S.M. Niken Restaty, S.Sos, M.Si (.....)

Penguji Ahli : Riki Aswendi, M. Ikom (.....)

Pembimbing : Dewi Sad Tanti, M. Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : Analisis Strategi Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang Pada Masa
Pandemic Covid-19 periode Mei 2020- Mei 2021.

Nama : Ahmad Awaludin

NIM : 44316120094

Fakultas : Ilmu Komunikasi


Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 17 July 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing


**Ketua Bidang Studi
Advertising & Marcomm**


(Dewi Sad Tanti, M. Ikom)


(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

**Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi**


(Dr. Elly Yulawati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Analisis Strategi Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang pada Tahun 2020-2021 dalam Mempertahankan Pelanggan” . Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Konsentrasi Marketing Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana.

Perlu disebutkan pula bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan moril ataupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Pihak – pihak tersebut antara lain adalah :

1. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, memotivasi, dan mengarahkan penulis dalam menyelenggarakan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan tenaga pengajar serta staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana kampus Menteng dan kampus Meruya.
3. Ibu Dhesty Hayuningtyas selaku pimpinan Hotel Mercure Jakarta Sabang yang telah meluangkan waktu dalam memberikan segala informasi yang di butuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Ikan Miana selaku Sales Manager dan Ibu Tiara Zulfaras selaku Marcomm Manager yang telah membantu memberikan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian.
5. Rekan – rekan di Hotel Mercure Jakarta Sabang, khususnya tim Sales dan Marketing yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian.
6. Terima kasih kepada kedua orang tua saya atas semua doa yang telah dipanjatkan dan motivasi yang diberikan, sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Ahmad Awaludin
44316120094

Analisis Strategi Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang pada Masa Pandemic Covid-19 Periode Mei 2020- Mei 2021.

Jumlah Halaman : 5 BAB + 115 Halaman + 6 Lampiran

Bibliografi : 37 Acuan, Tahun 2000 – 2019

ABSTRAK

Hotel Mercure Jakarta Sabang menjadi pilihan utama sebagai akomodasi berbisnis atau berwisata di Ibukota DKI Jakarta karena lokasi strategis di pusat kota. Dalam era pandemic Mei 2020 – 2021 terdapat program tambahan untuk meyakinkan pelanggan tinggal di hotel dengan program CHSE dari Pemerintah RI dan tambahan program dari Accor International yaitu ALL Safe yang jadi nilai plus.

Penelitian ini dilakukan dengan fokus analisis strategi promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang dalam mempertahankan pelanggan berdasarkan teori komunikasi pemasaran, promosi, *brand loyalty*, *strategy brand loyalty*, *CRM*, *B2B* dan *B2C*.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstuktivis dengan pendekatan kualitatif serta menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data penelitian ini berupa wawancara mendalam dan observasi participant serta mengumpulkan data-data sekunder berupa dokumen-dokumen, gambar dan foto dari pihak terkait serta company profil.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi promosi yang dilakukan yaitu segi operasi dan marketing. Dan All Safe menjadi ciri khas dalam penemuan penelitian.

Kata kunci : Strategi Promosi, *Brand Loyalty*, *Bisnis Hospitality*



*Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Study Marketing Communication and Advertising
Ahmad Awaludin
44316120094*

*Analysis of Promotional Strategies at Mercure Hotel Jakarta Sabang during the Covid-19 Pandemic Period May 2020-May 2021.
Number of pages : 5 chapters + 115 pages + 6 appendices
Bibliography : 37 References, Year 2000 – 2019*

ABSTRACT

Mercure Jakarta Sabang Hotel is the main choice for business or leisure in the capital city of DKI Jakarta because of its strategic location in the city center. In the May 2020-2021 pandemic era, there are additional programs for customers staying in hotels with the CHSE program from the Government of Indonesia and an additional program from Accor International, namely ALL Safe, which is a plus.

This research was conducted with a focus on analyzing promotional strategies at the Mercure Hotel Jakarta Sabang in retaining customers based on the theory of marketing communications, promotions, brand loyalty, brand loyalty strategies, CRM, B2B and B2C.

The paradigm used in this study is the constructivist paradigm with a qualitative approach and using the case study method. The data collection techniques of this research are in-depth interviews and participant observation as well as collecting secondary data in the form of documents, pictures and photos from related parties and company profiles.

The result of this research is the promotion strategy that is carried out in terms of operations and marketing. And All Safe is the hallmark of discovery research.

Keywords: Promotion Strategy, Brand Loyalty, Hospitality Business

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| SURAT PERNYATAAN MAHASISWA..... | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI..... | ii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.4.1. Manfaat Akademis..... | 6 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis..... | 7 |
| 1.4.3 Manfaat Sosial..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian / Karya Terdahulu..... | 8 |
| 2.2 Kajian Teoritis..... | 13 |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran..... | 13 |
| 2.2.2 Brand Loyalty..... | 15 |
| 2.2.3 Customer Relationship Management (CRM)..... | 16 |
| 2.2.4 Promosi..... | 19 |
| 2.2.5 Business to Business (B2B)..... | 21 |
| 2.2.6 Business to Consumer (B2C)..... | 23 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 25 |
| 3.1 Paradigma..... | 25 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 25 |
| 3.3 Subyek Penelitian..... | 26 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 3.5 Teknik Analisis Data | 30 |
| 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 31 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 32 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 32 |
| 4.1.1 Sejarah Hotel Mercure Jakarta Sabang..... | 32 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Hotel Mercure Jakarta Sabang | 35 |
| 4.1.3 Tugas dan Fungsi Hotel Mercure Jakarta Sabang | 35 |
| 4.1.4 Inovasi Pelayanan Hotel Mercure Jakarta Sabang..... | 37 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 53 |
| 4.2.1 Perencanaan Aktifitas Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang | 53 |
| 4.2.2 Analisis SWOT Aktifitas Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang .. | 56 |
| 4.2.3 Bauran Promosi dari Aktifitas Promosi Hotel Mercure Jakarta Sabang | |
| | 58 |
| 4.2.4 Strategi Aktifitas Promosi di Hotel Mercure Jakarta Sabang..... | 67 |
| 4.2.5 Promosi Glamping Package, Hoki Chinese Package, Hampers Lebaran | |
| | 68 |
| 4.3 Hambatan..... | 82 |
| 4.4 Pembahasan | 84 |
| 4.4.1 Tahapan Strategi Promosi | 85 |
| 4.4.2 Menerapkan <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi)..... | 88 |
| 4.4.3 Strategi Promosi..... | 89 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | 90 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 90 |
| 5.2 Saran | 90 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 90 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | 92 |
| Lampiran – Lampiran | 95 |