



**ANALISIS IMPLEMENTASI *MARKETING PUBLIC RELATION*
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS TAMU WARINGIN
HOSPITALITY HOTEL GROUP**



Oleh

BERLIAN YUNIAR WARDANI

MERCU BUANA
55221120021

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Berlian Yuniar Wardani
NIM : 55221120021
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisis Implementasi Marketing Public Relation
Dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu Waringin
Hospitality Hotel Group

Jakarta, 19 Februari 2024

Dosen Pembimbing

(Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Analisis Implementasi Marketing Public Relation Dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu Waringin Hospitality Hotel Group
Nama : Berlian Yuniar Wardani
NIM : 55221120021
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Tanggal : 23 Februari 2024

Jakarta, 23 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M.Si.
2. Penguji Ahli :
Dr. Nurhayani Saragih, M.Si
3. Pembimbing :
Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D

()
()
()



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Analisis Implementasi Marketing Public Relation Dalam
Meningkatkan Loyalitas Tamu Waringin Hospitality Hotel Group
Nam : Berlian Yuniar Wardani
NIM : 55221120021
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Tanggal : 23 Februari 2024

Jakarta, 23 Februari 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M.Si.
2. Penguji Ahli :
Dr. Nurhayani Saragih, M.Si
3. Pembimbing :
Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D

()
()
()



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Berlian Yuniar Wardani
NIM : 55221120021
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisis Implementasi Marketing Public Relation
Dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu Waringin
Hospitality Hotel Group

Jakarta, 23 Februari 2024

Dosen Pembimbing

(Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si.)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Berlian Yuniar Wardani
NIM : 55221120021
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Corporate Branding and Marketing Communication

Dengan judul “Analisis Implementasi Marketing Public Relation Dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu Waringin Hospitality Hotel Group” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Februari 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 29%.

Jakarta, 24 Februari 2024
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Marketing Public Relation Dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu Waringin Hospitality Hotel Group
Nama : Berlian Yuniar Wardani
N I M : 55221120021
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 23 Februari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 23 Februari 2024



(Berlian Yuniar Wardani)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Thesis dengan judul **Analisis Implementasi Marketing Public Relation Dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu Waringin Hospitality Hotel Group.**

Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut memberikan kontribusi dalam penyusunan Thesis ini. Sebagai penyusun, peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan, baik dari penyusunan maupun tata bahasa penyampaian dalam penulisan Thesis ini :

1. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D., M.Com selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, ilmu, masukan, arahan dan tambahan referensi serta ilmunya dan penuh sabar dan perhatian dalam penulisan Thesis ini.
2. Keluarga, terima kasih kepada Ibu dan Adik atas doa dan dukungannya, baik moril maupun materiil. Terima kasih atas kasih sayang yang selama ini telah diberikan.
3. Bapak / Ibu team Partnership Waringin Hospitality Hotel Group yang memberikan dukungan dan support relasi dalam penyelesaian Thesis ini
4. Keluarga besar Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia, Waringin Hospitality Hotel Group, Morrissey Management dan Swiss-Belhotel International yang telah memberikan banyak ilmu dalam bidang Marketing Public Relation.

Karena kebaikan berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan Thesis dengan baik. Penulis menyadari keterbatasan ilmu yang dimiliki Sehingga mungkin dapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan. Namun dengan harapan, Thesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi.

Jakarta, 19 Februari 2024



Berlian Yuniar Wardan



ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh industry Hospitality yang memiliki persaingan ketat dalam aspek peningkatan okupansi Hotel. Perhotelan memerlukan pertumbuhan dan perkembangan untuk tetap eksis di dunia komunikasi pemasaran, oleh karena itu dibutuhkannya peran *Marketing Public Relation* agar tercapai dengan memakai strategi yang terencana dalam meningkatkan loyalitas tamu Hotel Waringin Hospitality Hotel Group khususnya unit Luminor Hotel Purwokerto dan Rumah Kito Hotel Resort Jambi pada periode tahun 2022 – 2023. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Three Ways Strategy yang terdiri dari *Pull Strategy* (menarik), *Push Strategy* (mendorong) dan *Pass Strategy* (membujuk) dalam kegiatan *Marketing Public Relation*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Marketing Public Relation* dalam meningkatkan jumlah tamu di hotel Waringin Hospitality Hotel Group memiliki beberapa bentuk strategi seperti menjaga kepercayaan tamu, menarik dengan melakukan strategi perencanaan melalui *Pull Strategy* program *Monthly Promotion*, *Direct Communications and Branding* seperti promosi Sales, publikasi melalui *In-House Promotion*, *platform website* hingga *Social Media*. Kemudian untuk *Push Strategy* : dengan pengadaan Loyalty Program WH Coin, *superior customer service*, *visit corporate*, *service after sales* hingga *after purchase reassurance stratify* dan *Pass Strategy* seperti pengadaan aktivitas kepedulian terhadap *public* serta *repeater guest* sebagai bentuk kepedulian hingga terus menjaga hubungan baik bersama para *Investor*. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Strategi Marketing Public Relations Waringin Hospitality Hotel Group dalam upaya meningkatkan Loyalitas Tamu Hotel pada periode 2022 – 2023 dinyatakan mencapai target dan berhasil dengan penerapan antara teori secara literature dan praktis secara fakta di lapangan saat peneliti melakukan wawancara dan observasi.

Kata Kunci : Strategi, *Marketing*, *Public Relation*, *Hospitality*, *Hotel Group*, *Repeater Guest*, *Marketing Communication*, *Korporat*

ABSTRACT

This research is motivated by the hotel industry which has tight competition in the aspect of increasing hotel occupancy. Hospitality requires growth and development to continue to exist in the world of marketing communications, therefore the role of Marketing Public Relations is needed to be achieved by using planned strategies to increase the loyalty of Waringin Hospitality Hotel Group Hotel guests, especially the Luminor Hotel Purwokerto and Rumah Kito Hotel Resort Jambi units in the period 2022 – 2023. The theory used in this research is the Three Ways Strategy theory which consists of Pull Strategy (pull), Push Strategy (push) and Pass Strategy (persuade) in Marketing Public Relations activities. This research uses qualitative research with data collection techniques through observation, interviews and documentation. Based on the research results, it can be concluded that Marketing Public Relations in increasing the number of guests at Waringin Hospitality Hotel Group hotels has several forms of strategies such as maintaining guest trust, attracting strategic planning through the Pull Strategy Monthly Promotion program, Direct Communications and Branding such as Sales promotions, publications through In-House Promotion, website platforms to Social Media. Then for Push Strategy: by providing the WH Coin Loyalty Program, superior customer service, corporate visits, after-sales service to reassurance strategies after purchase and Pass Strategy such as providing awareness activities for the public and repeater guests as a form of concern so as to continue to maintain good relations with the customers. Investors. The conclusion of this research is that Waringin Hospitality Hotel Group's Public Relations Marketing Strategy in an effort to increase Hotel Guest Loyalty in the 2022 - 2023 period was declared to have achieved the target and was successful by applying theory in literature and practical facts in the field when researchers conducted interviews and observations.

Keywords: Strategy, Marketing, Public Relations, Hospitality, Hotel Group, Repeater Guest, Marketing Communication, Corporate

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	v
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. <i>Manfaat Akademis</i>	12
1.4.2. <i>Manfaat Praktis</i>	13
BAB II.....	14
PENELITIAN TERDAHULU.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis.....	31
2.2.1 Teori Strategi MPR.....	31
2.2.2 Komunikasi	33
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	37
2.2.4 Strategi MPR.....	43
2.2.5 <i>Public Relations</i>	45

2.2.6	Marketing.....	55
2.2.7	Marketing Public Relation.....	61
2.2.8	Loyalitas Pelanggan.....	69
BAB III.....		76
METODOLOGI PENELITIAN.....		76
3.1	Paradigma Penelitian.....	76
3.2	Metode Penelitian.....	77
3.3	Subyek Penelitian.....	78
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	81
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data Primer.....	82
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	82
3.5	Definisi Konsep Penelitian.....	83
3.6	Teknik Analisis Data.....	86
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	89
BAB IV.....		91
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		91
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	91
4.1.1.	Profil Perusahaan.....	91
4.1.2.	Visi, Misi Perusahaan.....	93
4.1.3.	Logo Perusahaan.....	94
4.1.4.	Budaya Perusahaan.....	94
4.2.	Deskripsi Narasumber.....	96
4.2.	Hasil Penelitian.....	100
4.3.	Pembahasan.....	149
BAB V.....		166
KESIMPULAN DAN SARAN.....		166
5.1.	Kesimpulan.....	166
5.2.	Saran.....	168
DAFTAR PUSTAKA.....		165
LAMPIRAN.....		170

1.	Lampiran Surat Izin Penelitian.....	174
2.	Lampiran Transkrip Wawancara Key-Informan 1	175
3.	Lampiran Transkrip Wawancara Key-Informan 2	185
5.	Lampiran Transkrip Wawancara Key-Informan 3	193
6.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 4	201
7.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 5	210
8.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 6	214
9.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 7	223
10.	Lampiran Dokumentasi Wawancara Key-Informan 1	229
11.	Lampiran Dokumentasi Wawancara Key-Informan 2	230
12.	Lampiran Dokumentasi Wawancara Key-Informan 3	230
13.	Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan 4	231
14.	Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan 5	231
15.	Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan 6	232
16.	Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan 7	232
17.	Lampiran CV.....	233



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kompetitor List Rumah Kito Hotel Resort	9
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1. List Narasumber Wawancara	80
Tabel 4.1. Contoh Aktivitas MPR Waringin Akhir Tahun	101
Tabel 4.2. Implementasi Pull Strategy F&B Promotion	102
Tabel 4.3. Implementasi Pull Strategy Banquet Promotion	106
Tabel 4.4. Penerapan Sistem POAC pada Pull	108
Tabel 4.5. Implementasi Push Strategy	134
Tabel 4.6. Penerapan Sistem POAC pada Push	136
Tabel 4.7. Kegiatan Extra Activities dan CSR	145
Tabel 4.8. Penerapan Sistem POAC pada Pass	148
Tabel 4.9. Ringkasan Marketing Public Relation	162



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data BPS Pusat	2
Gambar 1.2. Presentase Waringin Hospitality	5
Gambar 1.3. <i>Room Comparison</i> Waringin Hospitality	7
Gambar 1.4. <i>Actual Occupancy VS Budget MTD</i> Waringin Hospitality	9
Gambar 3.4. Teknik Analisis Data Kualitatif.....	88
Gambar 4.1. Logo Waringin Hospitality	94
Gambar 4.2. Logo Rumah Kito Hotel Resort.....	94
Gambar 4.3. Website Waringin Hospitality	110
Gambar 4.4. WhatsApp Blast Repeater Guest.....	111
Gambar 4.5. Social Media Instagram.....	112
Gambar 4.6. Social Media Tik Tok	112
Gambar 4.7. Penayangan Monthly Promotion.....	113
Gambar 4.8. Data VHP Top Production.....	114
Gambar 4.9. <i>Bundling Package</i>	119
Gambar 4.10. Partnership Waringin Hospitality.....	120
Gambar 4.11. Bingkisan <i>Repeater Guest</i>	122
Gambar 4.12. Voucher <i>Repeater Guest</i>	123
Gambar 4.13. Publikasi Website Waringin Hospitality	127
Gambar 4.15. Giveaway Instagram Rumah Kito.....	132
Gambar 4.16. <i>Paid Partnership Collaboration</i>	132
Gambar 4.17. <i>CSR Activity</i>	139
Gambar 4.18. Kegiatan <i>In-House Guest</i>	143