



**STRATEGI DESAIN PESAN DALAM INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION BISNIS HOSPITALITY
UNTUK PENINGKATAN LOYALITAS PENGUNJUNG**

(Studi Kasus Pada Hotel Aryaduta Lippo Village)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Magister (S-2) Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh:
Rama Fajrianto
55221110027

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2024

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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : RAMA FAJRIANTO
NIM : 55221110027
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Desain Pesan Dalam Intergrated Marketing
Communication Bisnis Hospitality Untuk Peningkatan Loyalitas Pengunjung

Jakarta, 7 September 2024

Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS



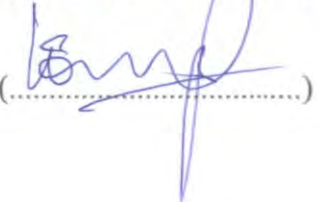
Judul : Strategi Desain Pesan Dalam Integrated Marketing
Communiation Bisni Hospitality Untuk Peningkatan Loyalitas
Pengunjung
Nama : Rama Fajrianto
NIM : 55221110027
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Tanggal : 7 September 2024

UNIVERSITAS

Jakarta, (7 September 2024)

Mengetahui,

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang : Dr. Irmulansati TomoHardjo, M.Si 
(.....)
2. Penguji Ahli : Dr. Enjang Pera Irawanm, S.Sos., M.I.Kom 
(.....)
3. Pembimbing : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si 
(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Desain Pesan Dalam Integrated Marketing
Communiation Bisni Hospitality Untuk Peningkatan Loyalitas
Pengunjung
Nama : Rama Fajrianto
NIM : 55221110027
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Tanggal : 7 September 2024

Jakarta, (7 September 2024)
Mengetahui,

1. Ketua Sidang : Dr. Irmulansati TomoHardjo, M.Si
2. Penguji Ahli : Dr. Enjang Pera Irawanm, S.Sos., M.I.Kom
3. Pembimbing : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA


LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Rama Fajrianto
NIM : 55221110027
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Desain Pesan Dalam Integrated Marketing
Communication Bisni Hospitality Untuk Peningkatan Loyalitas Pengunjung

Jakarta, (7 September 2024)

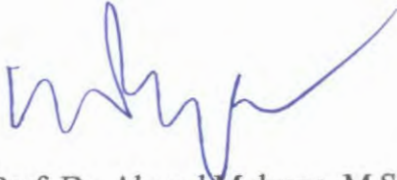
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing



(Dr. Yoyoh Hereyah M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budiarto, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : RAMA FAJRIANTO
NIM : 55221110027
Program Studi : MAGISTER KOMUNIKASI

Dengan judul “STRATEGI DESAIN PESAN DALAM INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION BISNIS HOSPITALITY UNTUK PENINGKATAN LOYALITAS PENGUNJUNG (Studi Kasus Pada Hotel Aryaduta Lippo Village)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 01-09-2024 didapatkan nilai persentase sebesar 24%



Jakarta, 01-09-2024
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Aulia Rahman, S. Ikom

PERNYATAAN

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

Judul : Strategi Desain Pesan Dalam Integrated Marketing Communication Bisnis Hospitality Untuk Peningkatan Loyalitas Pengunjung.
Nama : Rama Fajrianto
N I M : 55221110027
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 7 September 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 kejarjanaan 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, tanggal, bulan, tahun

UNIVERSITAS
MERCU BUANA





Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Rama Fajrianto
55221110027

Strategi Desain Pesan Dalam Integrated Marketing Communication Bisnis
Hospitality Untuk Peningkatan Loyalitas Pengunjung (Studi Kasus Pada Hotel
Aryaduta Lippo Village)

Jumlah halaman : i-xv + 109 Halaman
Bibliografi : 31 Acuan

ABSTRAK

Tangerang merupakan kota besar yang berada di Provinsi Banten yang memiliki banyak sekali perusahaan yang bergerak pada bidang Pariwisata, tidak heran jika Tangerang memiliki banyak sekali beberapa perusahaan Hotel yang bergerak dalam jasa dan pelayanan, salah satunya adalah Hotel Aryaduta Lippo Village. Perusahaan hotel sangatlah banyak diminati masyarakat khususnya yang ingin meluangkan berbagai macam liburan dengan menginap ataupun merasakan fasilitas-fasilitas hotel lainnya. Hotel juga menjadi berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh seseorang yang sedang melakukan perjalanan jauh atau berlibur yang lumayan panjang, dan tidak hanya saat liburan hotel juga terkadang menjadi tempat untuk segala banyak instansi untuk melakukan pertemuan yang penting dan rapat yang diperlukan oleh setiap instansi.

Industri Perhotelan merupakan aspek yang mempunyai peranan penting dalam perkembangan pariwisata di Tangerang, perhotelan ini menyediakan banyak jasa yang dapat memenuhi kebutuhan para konsumen, salah satunya dengan pelayanan, jasa, tempat tidur, makan, olahraga, hingga kenyamanan bagi pengunjung ataupun konsumen, semakin banyaknya permintaan kunjungan disetiap perhotelan merupakan peningkatan kebutuhan khususnya dipariwisata sebagai penunjang perekonomian.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan memiliki sifat deskriptif yang bertujuan untuk meneliti strategi Desain Pesan Dalam *Integrated Marketing Communication* Bisnis *Hospitaliy* Untuk Peningkatan Jumlah Pengunjung. Secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, dan hubungan fenomena (fenomenologi yang akan diselidiki dalam meningkatkan profit perusahaan terhadap promosi melalui media sosial).

Kata Kunci : *Desain Pesan, Integrated Marketing Communication, Public Relation*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Rama Fajrianto
55221110027

Strategy Desain Massage in Integrated Marketing Communication of Hospitality Business to Increase Visitor Loyalty (Case Study on Aryaduta Lippo Village Hotel)

Jumlah halaman : i-xv + 109 Halaman
Bibliografi : 31 Acuan

ABSTRACT

Tangerang was a large city in the province of Banten with so many companies in tourism, it is no wonder that Tangerang had so many hotel companies in the services and services, one of which was the hotel Aryaduta Lippo Village. The hotel companies are very much in demand with the public especially those who want to spend a night vacation or experience other hotel facilities. It is also an assortment of needs required by someone traveling long distances or on a moderate vacation, and not only does hotel vacations sometimes provide places for different agencies for important meetings and meetings needed by each instance.

The hotel industry has a key role in the development of tourism in Tangerang, it provides many services that meet the needs of consumers, for one thing, services, beds, eating, sports, to the convenience of visitors or customers, as more and more demand for visitors or customers increase the need for visitors and especially tourism as an economic underpinnings.

This study uses qualitative research methods and has a descriptive nature that aims to examine the design massage Integrated Marketing Communication strategy of the Aryaduta Lippo Village Hotel to increasing the number of visitors. Systematically, factually, and accurately about facts, traits, and relationship of phenomena (phenomenology that will be investigated in increasing company profits towards increasing number of visitors).

Keywords: Desain massage, Integrated Marketing Communication, Public Relation

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Penulisan Ilmiah ini dengan tepat waktu. Maksud dan tujuan Penulisan Ilmiah ini adalah guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh sebagian syarat dalam mencapai gelar Magister Ilmu Komunika, di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan Penulisan Tesis ini, penulis menyadari bahwa Penulisan Ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis telah berusaha sebaik mungkin dengan segala kemampuan yang dimiliki agar dapat menjadi suatu karya ilmiah yang baik, namun penulis menyadari sepenuhnya masih banyak terdapat kekurangan. Adapun Thesis yang Saya buat berjudul **Strategi Desain Pesan dalam *Integrated Marketing Communication Bisnis Hospitality* untuk Peningkatan *Loyalitas Pengunjung***. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan menuju kesempurnaan Penulisan Tesis ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd.,M.Si, Sebagai Dosen Pembimbing Tesis
2. Bapak Dr, Enjang Pera Irawan M.I.Kom, Sebagai Dosen Penelaah Tesis
3. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si Sebagai Ketua Sidang Tesis
4. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan banyak pengetahuan dan wawasan kepada saya selama ini.

8. Seluruh Staf Tata Usaha Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah berperan besar dalam segala proses administrasi.
9. Ayahanda Sumarno dan Ibunda Heny Indarty selaku orang tua yang sudah memberikan banyak bantuan dukungan beserta doa kepada peneliti.
10. Ibu Sumiati selaku Dos Sales & Marketing Hotel Aryaduta Lippo Village yang telah mengizinkan meneliti Hotel Aryaduta Lippo Village sebagai objek penelitian.
11. Informan-informan baik pihak internal maupun eksternal dari Hotel Aryaduta Lippo Village yang telah bersedia diwawancara oleh peneliti sehingga membantu peneliti dalam pengumpulan data dengan baik dan lancar.
12. Rekan seperjuangan dari Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta angkatan 2021 yang telah membantu peneliti selama perkuliahan sampai kelulusan.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dalam ikut serta turut memberikan bantuan dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir atas segala kebaikan, dorongan dan bantuan dari pihak tersebut diatas, penulis hanya mampu menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya disertai do'a kepada Allah SWT , semoga kebaikan mereka tersebut dijadikan amal baik yang akan mendapatkan ganjaran berlimpah dari-Nya aamiin.

Tangerang, 29 Agustus 2024

Penulis

Rama Fajrianto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	18
2.2.2 IMC.....	19
2.2.3 Strategi Integrated Marketing Communication	22
2.2.4 Strategi Pesan	24
2.2.5 Bisnis Hospitality	31
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	38
3.3.1 Subjek Penelitian	38
3.3.2 Objek Penelitian.....	39
3.3.3 Jadwal dan Waktu Penelitian.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1. Jenis Data.....	39
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.2.1. Observasi	40
3.4.2.2 Wawancara.....	40
3.5 Lokasi Penelitian	42
3.6 Teknik Analisis Data	42
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	53
4.1.3 Lokasi Perusahaan	54
4.1.4 Bidang Usaha Perusahaan.....	54
4.1.5 Struktur Organisasi Departement Sales & Marketing	56
4.2 Profil Informan	57
4.3 Hasil Penelitian.....	58
4.3.1 Strategi Desain Pesan Dalam Integrated Marketing Communication Bisnis Hospitality untuk Peningkatan Loyalitas Pengunjung	59
4.3.2 Tantangan proses penggunaan Desain pesan IMC dalam meningkatkan jumlah pengunjung Hotel Aryaduta Lippo Village.....	62
4.3.3 Strategi Desain Pesan Integrated Marketing Communication dalam meningkatkan sekaligus mempertahankan jumlah pengunjung pada Hotel Aryaduta Lippo Village.....	64
4.4 Pembahasan	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nationality Statistics Report.....	4
Gambar 1.2 Awards Conference GM Aryaduta Lippo Village.....	6
Gambar 4.1 Hotel Aryaduta Lippo Village.....	53
Gambar 4.2.1 Directs of Sales & Marketing.....	60
Gambar 4.2.2 Admin of Sales & Marketing.....	61
Gambar 4.4.1 Iklan Aryaduta Lippo Village.....	72
Gambar 4.4.2 Iklan Aryaduta Lippo Village.....	74
Gambar 4.4.3 Kegiatan Public Relation Hotel Aryaduta Lippo Village.....	78
Gambar 4.4.4 Nationality Statistics Report.....	80
Gambar 4.4.5 Direct Marketing melalui email perusahaan.....	81
Gambar 4.4.6 Internet Marketing of Aryaduta Lippo Village.....	83
Gambar 4.4.7 Social Media Instagram of Aryaduta Lippo Village.....	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung tahun 2018.....	5
---------------------------------------------	---

