

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU THE RICH
JOGJA HOTEL DALAM MENCIPTAKAN *IMAGE* HOTEL
BERKEBUDAYAAN YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

NELLY MARNALA SARI BR SITANGGANG
160906046

ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu The Rich Jogja Hotel dalam
Menciptakan *Image* Hotel Berkebudayaan Yogyakarta

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

Gelar

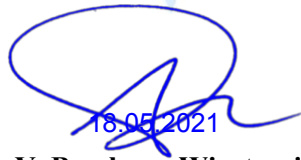
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

Nelly Marnala Sari br Sitanggang

160906046

Disetujui oleh:



18.05.2021

Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, M.A.

Dosen Pembimbing

ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU THE RICH JOGJA HOTEL DALAM
MENCiptAKAN *IMAGE* HOTEL BERKEBUDAYAAN
YOGYAKARTA

Penyusun : Nelly Marnala Sari br Sitanggang

NPM 160906046

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang
diselenggarakan pada

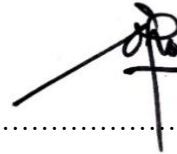
Hari/Tanggal : Kamis, 22 April 2021

Pukul : 11.00

Tempat : Daring

TIM PENGUJI

Yohanes Widodo. S.Sos., M.Sc.
Penguji Utama

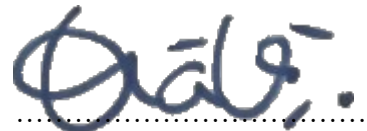


Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, M.A.
Penguji I



18.05.2021

Ina Nur Ratriyana, S.I. P., M.A.
Penguji II



“Learn from The Past, Live for Today and Plan for Tomorrow”

Belajar dari masa lalu, hidup untuk sekarang, dan berencana untuk hari esok

Karya tulis ini saya persembahkan untuk Tuhan Yesus Kristus yang tidak pernah habis kasih dan kebaikan-Nya dalam kehidupan saya. Tak lupa untuk Mama dan Bapak yang selalu mendukung saya dalam doa.

Untuk saya sendiri, *you did it*, Nel.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nelly Marnala Sari Br Sitanggang

NPM : 160906046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
THE RICH JOGJA HOTEL DALAM MENCAPAI *IMAGE*
HOTEL BERKEBUDAYAAN YOGYAKARTA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik. Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 30 Maret 2021

Saya yang menyatakan



Nelly Marnala Sari br Sitanggang

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih dan pengharapan yang diberikanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul “IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU THE RICH JOGJA HOTEL DALAM MENCIPTAKAN *IMAGE* HOTEL BERKEBUDAYAAN YOGYAKARTA”.

Peneliti menyadari bahwa karya tulis ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan oleh berbagai pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan pengharapan dan mengajarkan bahwa waktuNya adalah yang terbaik untuk kehidupan peneliti.
2. Seluruh keluarga terutama orang tua saya, Amer Sitanggung dan Tinur Siboro. Terima kasih karena sudah mendukung tidak hanya melalui materi, namun secara afeksi maupun doa. Tak lupa juga untuk Arino, Mario dan Rachel yang selalu memberikan motivasi dalam mengerjakan karya tulis.
3. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sebagai naungan tempat saya menambah ilmu dan pengalaman, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Bambang Wiratmojo, M.A. selaku Dosen Pembimbing yang selama ini terus mengarahkan dan mendengarkan dalam menyelesaikan karya tulis.
5. Ibu Sherly Hindra Negoro M.I.Kom selaku Wakil Dekan III FISIP UAJY dan Dosen Pembimbing Akademik sejak semester lima yang selalu mendengarkan dan memberikan solusi.
6. The Rich Jogja Hotel, khususnya Precilia Grace selaku PR yang selalu berusaha memberikan informasi disela kesibukannya.

7. Sahabat terkasih, Febby, Keke, Intan, Stefanny, dan Tannya. Terima kasih telah menjadi sahabat yang baik serta selalu ada dalam suka dan duka, memberikan saran, dukungan secara langsung maupun tidak langsung.
8. Setiap kerabat, teman-teman dan seluruh pihak yang ikut andil secara langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan karya tulis ini, baik dalam bentuk kata-kata maupun doa.

Yogyakarta, 31 Maret 2021



Nelly Marnala Sari br Sitanggang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	9
F. Kerangka Konsep.....	25
G. Matrik Penelitian.....	30
H. Metodologi Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Lokasi Penelitian.....	34
3. Objek & Subjek Penelitian.....	34
4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
5. Analisis Data.....	36
BAB 2 DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	
A. Profil dan Sejarah The Rich Jogja Hotel.....	38
B. Motto dan Slogan The Rich Jogja Hotel.....	39
C. Logo The Rich Jogja Hotel.....	40
D. Lokasi The Rich Jogja Hotel.....	40
E. Fasilitas The Rich Jogja Hotel.....	40
BAB 3 TEMUAN DATA & ANALISIS DATA.....	
A. Deskripsi Temuan Data.....	46
B. Analisis Data.....	105
BAB 4 PENUTUP.....	
A. Kesimpulan.....	128
B. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi The Rich Jogja Hotel	45
--	----

DAFTAR GAMBAR

3.1 Ornamen Jawa The Rich Jogja Hotel	53
3.2 Ornamen Jawa The Rich Jogja Hotel	54
3.3 Pakaian Batik yang Dikenakan Karyawan	55
3.4 Aktivitas <i>Sales Call</i>	61
3.5 <i>Talkshow</i> bersama Kotaperak	72
3.6 <i>Talkshow</i> ADITV Promo Tahun Baru	73
3.7 <i>Media Visit</i> TVRI	74
3.8 Aktivitas <i>Direct Marketing</i>	83
3.9 Aktivitas <i>Personal Selling</i>	88
3.10 <i>Review</i> Google	89
3.11 <i>Review</i> Google	89
3.12 <i>Review</i> Google	90
3.13 Baliho Promo The Rich Jogja Hotel	91
3.14 Aktivitas <i>Sponsorship</i>	97
3.15 Aktivitas <i>Direct Marketing</i>	101
3.16 Aktivitas <i>Direct Marketing</i>	102
3.17 Aktivitas <i>Direct Marketing</i>	105
3.18 <i>Review</i> Pelanggan The Rich Jogja Hotel	118
3.19 <i>Review</i> Google	120

Nelly Marnala Sari br Sitanggung
NPM : 16 09 06046/Kom

Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu The Rich Jogja Hotel dalam Menciptakan *Image* Hotel Berkebudayaan Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran terpadu The Rich Jogja Hotel dalam menciptakan *image* hotel berkebudayaan Yogyakarta. The Rich Jogja Hotel merupakan salah satu akomodasi penginapan berbintang empat yang telah memisahkan diri pada tahun 2017 dari manajemen Sahid dan berganti nama menjadi The Rich Jogja Hotel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai komunikasi pemasaran terpadu. Objek penelitian ini adalah implementasi komunikasi pemasaran terpadu The Rich Jogja Hotel yang berupaya untuk menciptakan *image* hotel berkebudayaan Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara dilakukan bersama Precilia Grace selaku *Public Relations* The Rich Jogja Hotel (Narasumber I) dan Sefty selaku *Marketing* bagian *Sales Promotion* (Narasumber II). Kedua proses wawancara dilakukan secara daring menggunakan salah satu *platform video conference*. Penentuan narasumber dilakukan berdasarkan keterlibatan kedua narasumber selama bekerja di The Rich Jogja Hotel.

Hasil akhir penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh The Rich Jogja Hotel membutuhkan adanya kegiatan promosi melalui komunikasi pemasaran terpadu yang diimplementasikan melalui *tools* diantaranya seperti: 1) *Personal selling*, 2) *Advertising*, 3) *Public Relations*, 4) *Sales promotion*, 5) *Sponsorship* 6) *Direct marketing*, 7) media dan 8) *event*. Implementasi komunikasi pemasaran terpadu The Rich Jogja Hotel dalam menciptakan *image* hotel berkebudayaan Yogyakarta upaya dalam menciptakan The Rich Jogja Hotel sebagai hotel yang unik dengan bangunan yang klasik dan mewah, dikenal sebagai hotel *family* dan *business*. Meskipun demikian, aspek budaya yang dilekatkan dalam hotel masih membutuhkan konsistensi dalam penyampaian pesan kepada pelanggan dalam setiap proses pemasaran yang dilakukan The Rich Jogja Hotel.

***Key words* : Implementasi komunikasi pemasaran terpadu, brand image, budaya Yogyakarta**