

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH HOTEL IBIS
YOGYAKARTA MALIOBORO PADA MASA PANDEMI COVID-19**

TAHUN 2020



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Lidia Devia Pangastuti
NPM : 180906513
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Hotel Ibis
Yogyakarta Malioboro Pada Masa Pandemi COVID-19

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.

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

Sleman, 2 Maret 2022

Saya yang menyatakan



Lidia Devia Pangastuti

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH HOTEL IBIS YOGYAKARTA MALIOBOROPADA MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

LIDIA DEVIA PANGASTUTI

NPM: 180906513/ Komunikasi

Disetujui oleh:



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

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Hotel Ibis
Yogyakarta Malioboro Pada Masa Pandemi COVID-
19 Tahun 2020

Penyusun : Lidia Devia Pangastuti
NPM : 180906513

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang
diselenggarakan pada,

Hari/Tanggal : Selasa, 15 Maret 2022
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Zoom meeting

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka Wijaya M. S.Sos, M.A., Ph.D.

Penguji Utama



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

Penguji I



Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos, M.Si.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kekuatan, dan rahmat-Nya sehingga skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro Pada Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2020” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Hal tersebut tidak terlepas dari bantuan dari pihak-pihak terkait, maka dari itu dengan segenap hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan berpartisipasi secara langsung maupun tidak langsung, yaitu:

1. Alm. IPDA. POL. PURN. Fransiskus Haryono selaku papa saya yang selalu menjadi pendoa, penyemangat, dan motivasi bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ina Nur Ratriyana, SIP, M.A. selaku dosen pembimbing yang memberi semangat, kebebasan untuk memilih topik dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada saya.
3. Ibu Tristina Kusumasari selaku Executive Secretary & Marketing Communication, Ibu Dixie Melodia selaku Sales Manager, dan Ibu Anna selaku Assistant Sales Manager dari Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro selaku narasumber pada penelitian ini.
4. Kepada mama, kakak, dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan doa untuk membuat saya terus maju.
5. Tegar Aji Wibowo, S.H. selaku pacar dari penulis yang selalu memberikan semangat, doa, kritik, saran, dan selalu menjadi tempat untuk berkeluh kesah dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat saya Shalsa, Ayu, Osa, Inge, Tania, Sela, Tiffany, Rara, Valen, dan semua teman yang membuat dunia perkuliahan lebih menyenangkan, selalu memberikan semangat dan doa.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna, penulis mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan yang tidak disengaja. Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi segala pihak, khususnya bagi bidang ilmu komunikasi.

Sleman, 1 Maret 2022

Lidia Devia Pangastuti



HALAMAN PERSEBMAHAN

**Penulisan skripsi ini saya persembahkan bagi keluarga saya, terutama untuk
mendiang ayah saya yaitu IPDA.POL.PURN. Fransiskus Haryono.**

**Terima kasih atas segala doa, usaha, dan dukungan yang sangat tulus hingga
saya mampu menempuh jenjang Strata-1.**

**“Jangan pernah takut untuk melangkah dan berusaha, karena orang yang takut
tidak akan pernah berhasil. Selalu takut akan Tuhan dan tetap jadi orang yang
rendah hati”**

- Fransiskus Haryono , 2017 -

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro Pada Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2020” memiliki tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro pada masa pandemi COVID-19. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif, data diperoleh melalui teknik wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro pada masa pandemi COVID-19 disusun dengan delapan langkah yaitu mengidentifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menyusun anggaran seluruh komunikasi, menentukan bauran komunikasi pemasaran terintegrasi (IMC), mengimplementasikan bauran komunikasi pemasaran terintegrasi, dan mengumpulkan umpan balik. Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro menggunakan kelima bauran komunikasi pemasaran terintegrasi yaitu *advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct & online marketing*. Kelima bauran tersebut diimplementasikan oleh Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro supaya strategi komunikasi pemasaran yang disusun dapat terlaksana dengan efektif dan diharapkan dapat meningkatkan okupansi hotel.

Kata kunci: komunikasi, strategi komunikasi pemasaran, hotel, IMC

DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Skripsi.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Halaman Persembahan.....	vi
Abstrak	vii
Daftar isi.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Bagan.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Kerangka Teori.....	12
1. Komunikasi	13
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	16
F. Kerangka Konsep.....	22
G. Metodologi Penelitian	27

1. Jenis Penelitian.....	27
2. Metode Penelitian.....	27
3. Subjek dan Objek Penelitian	28
4. Sumber dan Jenis Data	28
5. Metode Pengumpulan Data.....	29
6. Analisis Data	30
BAB II	
DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN	
A. Tentang Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	33
B. Struktur Organisasi	36
BAB III	
PEMBAHASAN	
A. Hasil Temuan Data.....	38
B. Hasil Analisis	66
BAB IV	
PENUTUP	
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

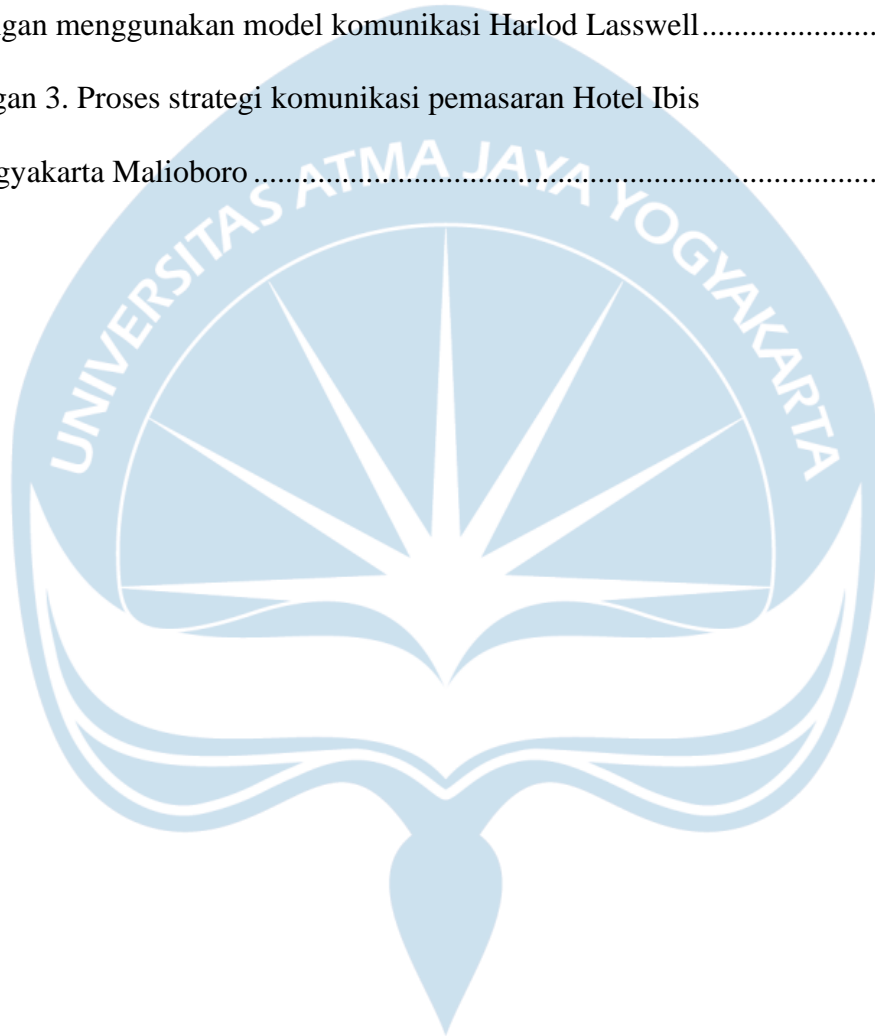
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik jumlah wisatawan yang datang dan menginap di Yogyakarta tahun 2016-2020.....	3
Gambar 2. Tingkat Hunian Kamar Hotel tahun 2016-2020.....	4
Gambar 3. Tingkat Hunian Kamar Hotel menurut Kelas Hotel Bintang tahun 2020.....	4
Gambar 4. Jumlah Wisatawan pada Hotel Bintang menurut Kelas Hotel tahun 2016-2020	8
Gambar 5. Tingkat Penghunian Kamar pada Hotel Bintang menurut Kelas Hotel dari tahun 2016-2020	9
Gambar 6. Logo Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro.....	35
Gambar 7. Struktur Organisasi Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	36
Gambar 8. Sertifikasi CHSE dan #ALLSAFE Hotel Ibis Yogyakarta	43
Gambar 9. <i>Screen shoot</i> konten di Instagram	43
Gambar 10. <i>Screen shoot</i> profile Instagram Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro.....	45
Gambar 11. <i>Screen shoot</i> profile TikTok Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro ..	46
Gambar 12. Contoh brosur mengenai fasilitas Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	50
Gambar 13. Contoh brosur mengenai <i>meeting room</i> Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	50
Gambar 14. <i>Screen shoot story</i> konten promosi Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	55

Gambar 15. UMKM Batik Hepi Kalista yang berada di lobby Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	56
Gambar 16. <i>Screen shoot</i> video promosi kerja sama dengan Batik Hepi Kalista.....	57
Gambar 17. <i>Screen shoot</i> video reels Bakti Sosial TNI AD dan Accorhotels.....	58
Gambar 18. <i>Screen shoot</i> video reels acara berbagi Hotel Ibis Yogyakarta Malioboto di Panti Wreda Hanna	59
Gambar 19. <i>Screen shoot</i> video reels dan foto @jogjaproharianjogja yang mengulas Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	60
Gambar 20. <i>Screen shoot</i> video reels @ryonadio yang sedang mengulas Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	63
Gambar 21. <i>Screen shoot</i> konten <i>playlist</i> IBAR MUSIC dan STAYCATION MALIOBORO di Tiktok @ibismalioboro	64

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Alur berpikir.....	26
Bagan 2. Proses komunikasi Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro dengan menggunakan model komunikasi Harlod Lasswell.....	66
Bagan 3. Proses strategi komunikasi pemasaran Hotel Ibis Yogyakarta Malioboro	67



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Data Wawancara dengan Subjek penelitian 38

