

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH
THE KAYON RESORT DALAM MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***



SKRIPSI

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

Oleh:

MADE GALUH INGGITA AMARANILA SANTA

190906836

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH THE KAYON RESORT DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MADE GALUH INGGITA AMARANILA SANTA

190906836

disetujui oleh :



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran oleh The Kayon Resort dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Penyusun : Made Galuh Inggita Amaranila Santa

NPM : 190906836

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 14 Juli 2023

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran II, Gedung Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Olivia Lewi Pramesti, S.Sos, M.A.

Penguji Utama



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Penguji I



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Made Galuh Inggita Amaranila Santa

NPM : 190906836

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran oleh The Kayon Resort dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Made Galuh Inggita Amaranila Santa

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ibu tercinta, Ni Made Rusni, dan Bapak tercinta, I Wayan Sarjana, sebagai tanda
telah menyelesaikan Pendidikan Perguruan Tinggi

Kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa, Tuhan Yang Maha Esa, atas perlindungan
dan berkatnya. Kepada keluarga yang telah memberikan semangat dan motivasi.
Kepada Dosen dan seluruh civitas Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah
memberikan ilmu dan menjadi wadah peneliti berkembang. Terakhir, kepada
seluruh pihak yang telah mendukung penyusunan skripsi ini.

**“Even if there are many trials, God will only give that person as much as one
can endure, so let’s be strong”**

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat serta Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Implementasi Komunikasi Pemasaran oleh The Kayon Resort dalam Meningkatkan *Brand Awareness*” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Pada proses penyusunan tugas akhir ini, tentu tidak lepas dari dukungan beberapa pihak yang membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti. Bersama ini peneliti menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas berkah dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini;
2. Kedua orang tua dan keluarga peneliti yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses pengerjaan yang disertai dengan doa dan kasih sayang;
3. Ibu Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada peneliti selama proses pengerjaan tugas akhir;
4. Pihak The Kayon Resort yang sudah bersedia menjadi informan untuk penelitian ini;
5. Teman terkasih, Tarisa Olivia Wie Rido yang sudah mendukung dan berjuang bersama dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir;
6. SEVENTEEN, yang selalu memberikan hiburan, semangat, motivasi selama proses pengerjaan skripsi;
7. Orang-orang terdekat dan teman yang juga memberikan semangat dan doa dalam proses penyusunan skripsi;
8. Diri sendiri, Made Galuh Inggita Amaranila Santa yang telah semangat dan sabar selama proses penyusunan skripsi.

Peneliti berharap semoga tugas akhir ini dapat digunakan sebagai mana mestinya, sehingga dapat memberikan manfaat bagi banyak orang. Peneliti sadar bahwasanya penulisan tugas akhir ini belum sempurna. Maka dari itu, peneliti

sangat terbuka atas kritik dan saran yang dapat membantu untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Akhir kata, peneliti menyampaikan maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini.



ABSTRAK

Bali merupakan salah satu destinasi wisata internasional, di mana ini membuat usaha bisnis akomodasi banyak dibangun. Salah satunya adalah The Kayon Resort yang merupakan lokasi terbaik untuk bulan madu dengan sentuhan *Balinese hospitality*. Keadaan pandemi COVID-19 tentu memberikan dampak pada usaha bisnis akomodasi di Bali. The Kayon Resort adalah salah satu *resort* di Ubud yang terdampak atas COVID-19, di mana terjadi penurunan jumlah tamu atas kondisi tersebut. Adanya berbagai persaingan dengan kompetitor akibat pandemi, tentu penting bagi The Kayon Resort untuk eksis dan unggul. Salah satu cara yang digunakan oleh The Kayon Resort untuk eksis dan memperoleh *awareness* audiens adalah melalui komunikasi pemasaran.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan teknik wawancara dalam memperoleh sumber data primernya. Wawancara dilakukan kepada tiga pihak yang bertanggung jawab langsung atas berbagai aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan The Kayon Resort. Teknik analisis data yang digunakan yakni, reduksi data, penyajian data, triangulasi data, dan penarikan kesimpulan.

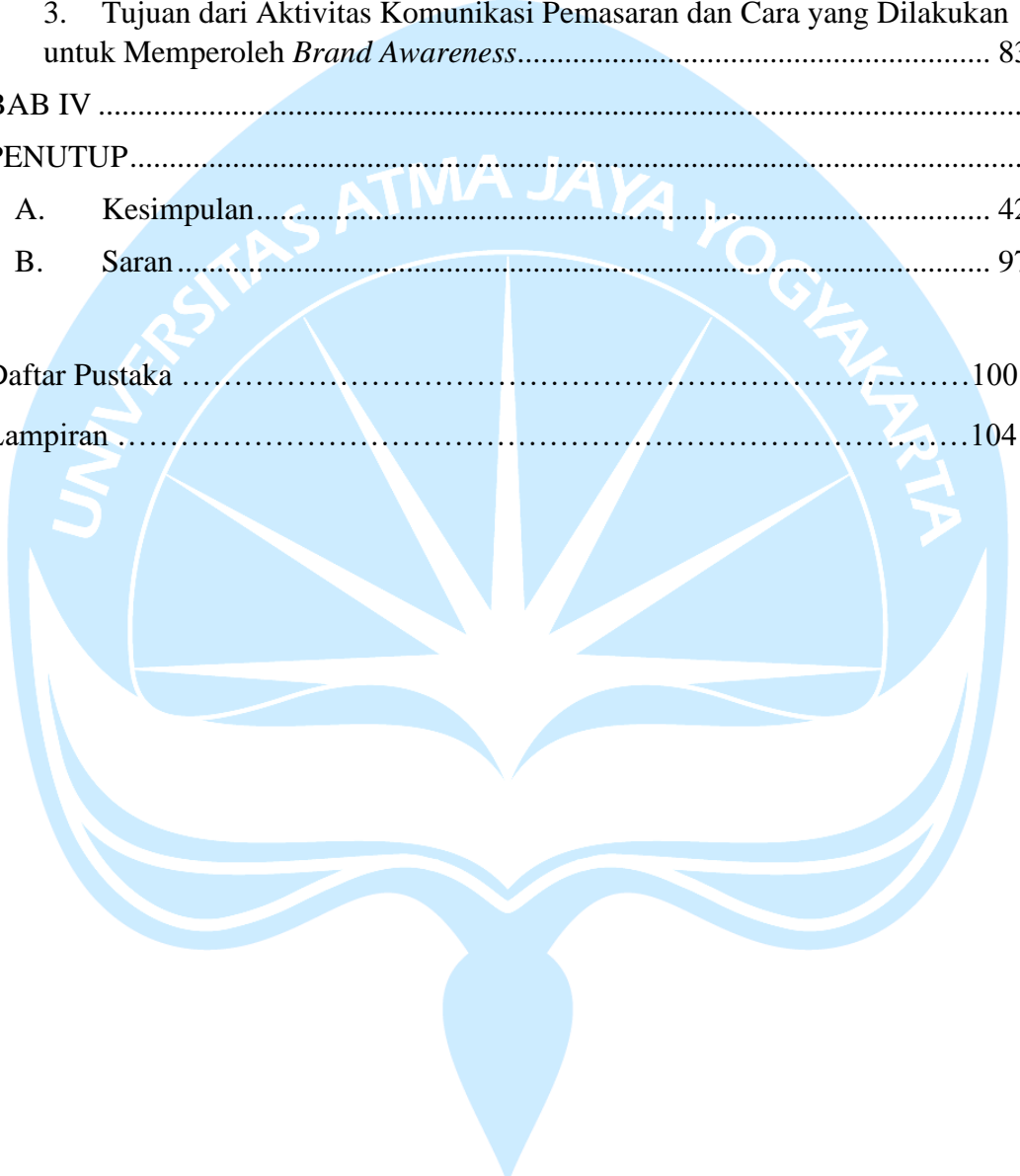
Hasil dari penelitian ini adalah The Kayon Resort melakukan beberapa aktivitas komunikasi pemasaran yang memang bertujuan untuk memperoleh *awareness* dari target pasar mereka. Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan yakni, iklan, acara, relasi publik, pemasaran langsung, penjualan personal, dan promosi. Melalui implementasi aktivitas komunikasi pemasaran, The Kayon Resort juga memenuhi cara-cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh *awareness*.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Implementasi, Komunikasi Pemasaran.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan.....	9
D. Manfaat.....	10
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metodologi Penelitian	25
BAB II.....	
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	
A. Profil dan Sejarah	2
B. Logo.....	33
C. Lokasi	33
D. Fasilitas.....	34
E. Deskripsi Subjek Penelitian	39
BAB III	
TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....	
A. Temuan Data	32
1. Aktivitas Komunikasi Pemasaran oleh The Kayon Resort	42
2. Cara Untuk Memperoleh <i>Brand Awareness</i>	55

3. Urgensi Brand Awareness	65
B. Analisis Data	66
1. Implementasi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	66
2. Penggunaan Media dalam Komunikasi Pemasaran.....	79
3. Tujuan dari Aktivitas Komunikasi Pemasaran dan Cara yang Dilakukan untuk Memperoleh <i>Brand Awareness</i>	83
BAB IV	
PENUTUP.....	
A. Kesimpulan.....	42
B. Saran.....	97
Daftar Pustaka	100
Lampiran	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Merek	20
Gambar 1.2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	21
Gambar 2.1 Logo The Kayon Resort	32



DAFTAR LAMPIRAN

Interview Guide.....	104
Transkrip Wawancara	106

