

TESIS

**Komunikasi Pemasaran Terpadu Aquarius Boutique Hotel
(Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Aquarius Boutique
Hotel di Palangkaraya)**



Oleh :

PREISSY ENGELINA MANDAGI

NIM : 071214853002

**PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2015**

**Komunikasi Pemasaran Terpadu Aquarius Boutique Hotel
(Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Aquarius Boutique
Hotel di Palangka Raya)**

TESIS

**Untuk memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Media dan
Komunikasi Pada Program Magister Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga**



Dibuat Oleh :

PREISSY ENGELINA MANDAGI

NIM : 071214853002

**PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2015**

**Komunikasi Pemasaran Terpadu Aquarius Boutique Hotel
(Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Aquarius Boutique
Hotel di Palangka Raya)**



TESIS
Untuk memperoleh Gelar Magister
Dalam Program Studia Media dan Komunikasi
Pada Program Magister Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Oleh :

PREISSY ENGELINA MANDAGI

NIM : 071214853002

PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA

2015

PENULISAN TESIS INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 06 DESEMBER 2014

Oleh

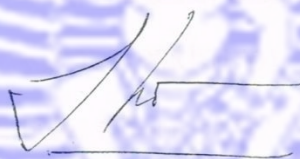
Pembimbing Ketua



Dr. Henri Subiakto, Drs., S.H.,M.Si.

NIP 196203291988101001

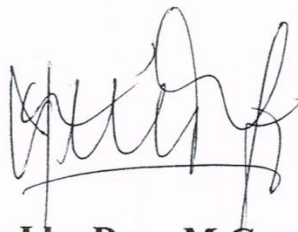
Pembimbing Kedua



Dr. Indro Kirono, MM.

Mengetahui

KPS



Rahmah Ida, Dra., M.Com., Ph.D.

NIP 196905241993032001

PENETAPAN PANITIA PENGUJI PENULISAN TESIS

Telah diuji pada

Tanggal 20 Januari 2015

PANITIA PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. Musta'in Mashud, Drs, M.Si
NIP. 196109271988102000

Anggota : 1. Dr. Henry Subiakto, Drs., S.H., M.Si
NIP. 196203291988101001
2. Drs. Indro Kirono M.M
NIK. 139090984
3. Drs. Suko Widodo., M.Si
NIP. 196402041992031003

BERITA ACARA REVISI TESIS

Telah dilakukan pengujian Tesis Mahasiswa Program Studi Media & Komunikasi, atas nama :

Nama : **PREISSY ENGELINA MANDAGI**
NIM : **071214853002**

Judul Usulan Tesis :

**Komunikasi Pemasaran Terpadu Aquarius Boutique Hotel
(Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Aquarius Boutique
Hotel di Palangka Raya)**

Pembimbing Ketua : **Dr. Henri Subiakto, Drs., S.H.,M.Si.**
Pembimbing Kedua : **Drs. Indro Kirono, MM.**

Pengujian dilakukan pada hari **Selasa** tanggal **20 Januari 2015** jam 15.00 sampai dengan 16.00 WIB bertempat di ruang Common Room Lt.II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya.

Tim Penguji terdiri dari :

- 1. Prof. Dr. Musta'in Mashud, Drs., M.Si.**
- 2. Dr. Henry Subiakto, Drs., S.H., M.Si**
- 3. Drs. Indro Kirono M.M**
- 4. Drs. Suko Widodo, M.Si**

Berdasarkan pengujian Tesis atas nama Preissy Engelina Mandagi dinyatakan **diterima** dengan beberapa perbaikan berdasarkan masukan dari masing-masing anggota tim penguji. Masukan-masukan dari tim penguji selanjutnya dipergunakan sebagai perbaikan sebagaimana terlampir.

| NO | NAMA TIM PENGUJI | SARAN | PERBAIKAN | TANDA TANGAN |
|----|--|--|---|-----------------|
| 1 | 2 | 3 | | 4 |
| 1 | Prof. Dr. Musta'in Mashud, Drs., M.Si. | <ul style="list-style-type: none"> • Bab 3 : Metodologi diperbaiki, alasan penggunaan informan diperjelas dan berapa informan, observasi langsung diperjelas, • Penggunaan spasi abstrak, ringkasan, daftar isi • Teknik Penulisan daftar isi • Bab 5 : Kesimpulan tidak ada subjektivitas dan saran di perjelas | <p>Sudah diperbaiki Halaman 40-44</p> <p>Sudah diperbaiki halaman pendahuluan</p> <p>Sudah diperbaiki</p> <p>Sudah diperbaiki Halaman 144 - 148</p> | |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| 2 | Dr. Henry Subiakto, Drs., S.H., M.Si | <ul style="list-style-type: none"> • Teknik penulisan diperbaiki • Bab 3 : Metodologi dan analisis data penelitian diperbaiki | <p>Sudah diperbaiki Halaman 1-11</p> <p>Sudah diperbaiki Halaman 39</p> | |
| 3 | Drs. Indro Kirono M.M | <ul style="list-style-type: none"> • Teknik penulisan (sama seperti yang diatas) | Sudah diperbaiki | |
| 4 | Drs. Suko Widodo., M.Si | <ul style="list-style-type: none"> • Penulisan bahasa di perjelas (ilmiah) , kutipan di perjelas, penggunaan gambar di perjelas • Bab 4 : Pembahasan di tambah analisis pada teori | <p>Sudah Diperbaiki</p> <p>Sudah diperbaiki halaman 46</p> | |

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Halaman pernyataan ini berisi pernyataan tentang orisinalitas karya tulis dengan menuliskan kalimat :

Bagian atau isi keseluruhan Penulisan Tesis ini tidak pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi Penulisan Tesis.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 06 Desember 2014

Preissy Engelina Mandagi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada hadirat Tuhan Yesus Kristus karena berkat rahmat dan anugerahNya tesis ini diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Dalam tesis ini penulis membahas tentang “Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Aquarius Boutique Hotel di Palangka Raya”.

Dalam proses pengerjaan tesis ini, penulis harapkan agar setiap ilmu yang telah didapat selama menempuh pendidikan ilmu komunikasi di Universitas Airlangga dapat diapresiasi dalam kehidupan nyata yang disampaikan melalui penulisan tesis ini. Dengan adanya penulisan tesis ini, diharapkan agar pembaca dapat memahami secara benar kegiatan pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu dalam industri perhotelan.

Terselesaikannya penulisan tesis ini, saya sadari karena adanya bantuan dan peran dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Rahmah Ida, Dra., M.Com., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Media dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya.
2. Bapak Dr. Hendry Subiakto, Drs., S.H., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Indro Kirono, MM. selaku dosen pembimbing II yang selalu setia membantu, mengarahkan, dan membimbing dalam proses penyelesaian tesis ini.

3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program Magister Media dan Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.
4. Kepada seluruh Staf Sekertariat Pascasarjana dan Staf TU FISIP Universitas Airlangga Surabaya yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian perkuliahan.
5. Kepada seluruh staf dan Manajemen Aquarius Boutique Hotel yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis dalam proses pengumpulan data.
6. Untuk kedua orang tua dan keluarga besar penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian yang telah diberikan.
7. Untuk Super Hero JEK terimakasih banyak untuk semangat, perhatian dan dukungan yang diberikan sejak dari Strata 1 hingga Strata 2 ini. Thanks a lot tak bisa di ungkapkan.
8. Kepada ibu dozen ilmu komunikasi Universitas Sam Ratulangi Juriawaty Pasoreh yang telah membantu memberikan semangat dan inspirasi.
9. Semua teman-teman (terutama Hilda yang baik hati, tidak sombong, gemar menabung) dan Bayu Aulia yang telah membantu dan memberikan dukungan serta pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini, peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya.

Peneliti menyadari bahwa penulisan yang telah dibuat ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, peneliti dengan penuh rendah hati menerima seluruh

saran dan masukan yang dapat membangun untuk membantu peneliti mencapai kesempurnaan penulisan ini. Semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi bagi setiap pembacanya di bidang komunikasi pemasaran dan industri perhotelan.

Surabaya, 06 Desember 2014

Penulis



RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Aquarius Boutique Hotel Palangka Raya dalam menghadapi persaingan. Saat ini kota Palangka Raya mengalami pertumbuhan hotel bintang empat yang semakin meningkat, oleh sebab itu pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu yang baik dan efektif dapat membantu setiap perusahaan agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan. Komunikasi pemasaran terpadu secara ringkas merupakan sebuah kegiatan penyebaran informasi atas apa yang dimiliki oleh perusahaan pemasar kepada para konsumen. Kegiatan komunikasi pemasaran terpadu pada umumnya selalu bertujuan untuk menarik dan mempertahankan konsumen melalui berbagai upaya yang dilakukan. Berbagai upaya tersebut merupakan unsur-unsur yang terkandung dalam komunikasi pemasaran terpadu yang mempunyai peranan dan fungsinya masing-masing.

Peneliti memilih subyek penelitian pada bagian *marketing departement* khususnya *Manager* dan *Marcom* hotel karena *marketing departement* merupakan ujung tombak atau alat penentu keberhasilan perusahaan. *Manager marketing* merupakan salah satu pihak yang bertanggung jawab atas setiap keputusan pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu di Aquarius Boutique Hotel, sedangkan *marcom* merupakan salah satu bagian dari *marketing departement* yang membantu menjalankan kegiatan komunikasi pemasaran terpadu.

Sejak dua tahun terakhir pertumbuhan hotel bintang empat semakin meningkat di Kalimantan–Tengah. Keberadaan wilayah kota Palangka Raya yang masih sangat luas dapat menjadi sebuah potensi untuk meningkatkan pembangunan disektor pariwisata khususnya dalam industri perhotelan, hal ini dibuktikan dengan keberadaan Swiss Bell International Hotel yang ada sejak tahun 2012. Saat ini salah satu pusat perbelanjaan (*mall*) di Palangka Raya telah dialih fungsikan untuk menjadi hotel bintang empat yang masih dalam tahap pembangunan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk memilih Aquarius Boutique Hotel sebagai objek penelitian karena Aquarius Boutique Hotel merupakan hotel bisnis bintang empat pertama dan terlengkap yang ada di Palangka Raya sehingga melalui penelitian ini peneliti ingin melihat dan mengetahui upaya apa saja yang telah dilakukan oleh manajemen hotel selama ini untuk dapat membantu memberikan kontribusi pada manajemen berupa program-program komunikasi pemasaran terpadu yang lebih efektif.

Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan analisis dari setiap data yang diperoleh melalui dokument dan hasil wawancara untuk dipadukan dengan teori komunikasi pemasaran yang digunakan agar dapat mengkritisi kelemahannya, sehingga dapat diganti atau dikombinasikan dengan kegiatan komunikasi pemasaran yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan hotel bintang di Palangka Raya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dilakukan dengan observasi langsung, wawancara kepada manager marketing dan marcom

hotel selaku informan, serta pengambilan dokumentasi. Subyek dalam penelitian ini adalah marketing departement hotel selaku bagian yang memiliki peranan penting untuk menentukan keberhasilan hotel melalui kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil dua narasumber dari bagian marketing departement sebagai informan untuk membantu peneliti mendeskripsikan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Informan yang peneliti wawancara dalam penelitian ini ialah *marketing manager* selaku pihak yang mengelola dan bertanggung jawab atas segala keputusan pada setiap komunikasi pemasaran yang dilakukan, yang ke dua peneliti melakukan wawancara pada *marcom* hotel selaku pihak yang menjalankan kegiatan komunikasi pemasaran di Aquarius Boutique Hotel.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah temuan data dan narasi-narasi hasil wawancara akan dipaparkan dan dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan secara detail hasil observasi yang telah didapat. Temuan dari hasil pengumpulan data yang diperoleh berupa kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang didapat akan dikelola secara kualitatif, kemudian dianalisis dengan memadukan teori komunikasi pemasaran yang digunakan untuk dikritisi setiap kelemahannya sehingga dapat digantikan atau dikombinasikan dengan kegiatan komunikasi pemasaran yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan hotel bintang di Palangka Raya.

Peneliti mendapatkan lima bentuk komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan oleh Aquarius Boutique Hotel yaitu periklanan, promosi penjualan, kehumasan, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung. Pada kegiatan

periklanan, manajemen Aquarius Boutique Hotel menggunakan media *above the line* dan *below the line*. Pada media *above the line* Aquarius Boutique Hotel menggunakan enam media cetak berupa surat kabar seperti Kalteng Pos, Palangka Ekspres, Palangka Pos, Kalimantan Pos, dan dua surat kabar luar daerah yaitu Radar Sampit dan Banjarmasin Pos. Selain itu Aquarius Boutique Hotel juga menggunakan media penyampaian pesan elektronik seperti pemasangan iklan pada radio Evela Palangka Raya dan iklan pada fasilitas internet berupa website hotel. Pada media *below the line* Aquarius Boutique Hotel menggunakan brosur, flayer, dan tiga buah billboard.

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh Aquarius Boutique Hotel selalu dilakukan pada hari libur seperti setiap *weekend* dan libur nasional seperti dalam memperingati hari raya keagamaan dan event-event lainnya. Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh manajemen Aquarius Boutique Hotel di hotel ialah mengeluarkan aket-paket promosi dengan memberikan potongan harga didalamnya seperti promo natal, promo tahun baru, promo idul fitri dan promo hari-hari besar lainnya. Selain promo pada paket harga Aquarius Boutique Hotel juga memberikan promosi penjualan pada setiap event yang diadakan di hotel seperti promo *imlek activity package* dan promo *wedding package* yang telah dilakukan sejak dua tahun terakhir. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Aquarius Boutique Hotel lebih sering diadakan pada hari-hari libur untuk mengisi liburan atau beristirahat dihotel.

Kegiatan kehumasan (Public Relations) yang dilakukan oleh Aquarius Boutique Hotel yaitu kegiatan *Press Release* pada *event* hotel, *Sponsorship*, dan

kegiatan-kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) yang diadakan pada periode tertentu. Pada kegiatan penjualan pribadi, manajemen hotel melakukan kegiatan *sales call* setiap hari dan *sales trip* setiap enam bulan sekali. *Sales call* adalah kegiatan *door to door* yang dilakukan oleh anggota *sales marketing* untuk mengunjungi tamu secara langsung di perkantoran, rumah, atau dipertolan, sedangkan kegiatan *sales trip* merupakan kegiatan *door to door* yang dilakukan di luar kota Palangka Raya dengan tujuan untuk mendapatkan kerjasama baru dengan calon konsumen potensial. Kegiatan pemasaran langsung yang telah dilakukan oleh Aquarius Boutique Hotel sampai saat ini menggunakan fasilitas media untuk membantu manajemen melakukan interaksi langsung dengan target sasaran. Fasilitas media yang digunakan dalam kegiatan pemasaran langsung ialah email (direct mail), telepon, faximale, dan event (*face to face*).

Objek dalam penelitian ini adalah Aquarius Boutique Hotel di Palangka Raya. Lima unsur komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan adalah periklanan, promosi penjualan, kehumasan, penjualan personal, dan pemasaran langsung.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ke lima unsur komunikasi pemasaran yang digunakan telah membantu perusahaan mencapai tujuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan unsur periklanan, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung lebih aktif digunakan dibandingkan dengan kegiatan promosi penjualan dan kehumasan. Selanjutnya, perlu diberikan usaha yang intensif dari manajemen hotel untuk bersaing menghadapi kompetitor

hotel bintang empat yang semakin meningkat melalui penggunaan komunikasi pemasaran yang tepat.

