

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
LUMINOR HOTEL JEMURSARI DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



disusun oleh

Ayu Kartini Indraswati

18.96.0759

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
LUMINOR HOTEL JEMURSARI DI MASA PANDEMI COVID-19**

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Ayu Kartini Indraswati

18.96.0759

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
LUMINOR HOTEL JEMURSARI DI MASA PANDEMI COVID-19**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ayu Kartini Indraswati

18.96.0759

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 11 November 2021

Dosen Pembimbing,


Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
LUMINOR HOTEL JEMURSARI DI MASA PANDEMI COVID-19**
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ayu Kartini Indraswati

18.96.0759

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK : 190302437

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng
NIK : 190302107

Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK : 190302475



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal, 13 Oktober 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom
NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Maret 2022



Ayu Kartini Indraswati
NIM. 18.96.0759

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al Insyirah : 5)

“Miracle is another name of hardwork”

(Kang Tae Joon dalam Too The Beautiful You)

“You are never too old to set another goal or to dream a new dream.”

(Malala Yousafzai)



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga Skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai. Dengan ini peneliti persembahkan Skripsi ini kepada:

- Alamamater, Universitas Amikom Yogyakarta sebagai bukti telah menyelesaikan studi dan telah memenuhi syarat sebagai sarjana S1 program studi Ilmu Komunikasi.
- Kedua orang tua peneliti, Siti Bandiyah (Mama) dan Alm. Yusuf Koswara (Bapak) yang selalu mendoakan, menasehati, melimpahkan kasih sayang serta memberikan dukungan baik secara materil maupun non materil yang tak terhingga, sehingga kegiatan studi dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Terima kasih banyak Mama dan Bapak, kalian sangat berarti bagiku.
- Kakak-kakak dan adik peneliti, Hendra Sulaeman, Dewi Juwita Sari, Lilis Yulianti, Devy Wulan Sari, dan Dian Kurnia Sari yang selalu memberikan doa, dukungan, masukan, dan motivasi setiap harinya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
- Dosen pembimbing, Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom yang telah dengan sabar memberikan dukungan serta bimbingan untuk menyelesaikan Skripsi ini. Terima kasih banyak Ibu, jasamu takkan pernah terlupakan.
- Teman-teman, Shifa Sukma Hayyu Puteri, Maharsma Rorirulia Swadani, Jihan Afifah Larasati, Adelia Kustari, dan Farisa Iffa Tiara Dewi yang telah memberikan semangat, bantuan, serta dukungan selama masa studi. Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan yang positif dan suportif.
- Jodi El Ghazi, yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk berjuang bersama dalam menyelesaikan studi. Terima kasih sudah menyemangati dan mengingatkan disaat sedang merasa malas dan tidak memiliki motivasi untuk kembali menyelesaikan studi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa peneliti telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penulisan laporan ini peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmad dan hidayahnya hingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M. Eng selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen-dosen FES Universitas Amikom Yogyakarta Program Studi Ilmu Komunikasi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan studi ini.
7. Kedua orangtua, Bapak dan Mama tercinta yang dengan penuh kesabaran dan pengorbanannya selalu memberikan dorongan, bantuan material maupun non material agar peneliti dapat menyelesaikan studi.
8. Pihak Luminor Hotel Jemursari yang telah memberikan izin kepada penulis agar dapat melakukan penelitian dan telah banyak membantu dalam rangka penyusunan Skripsi ini.

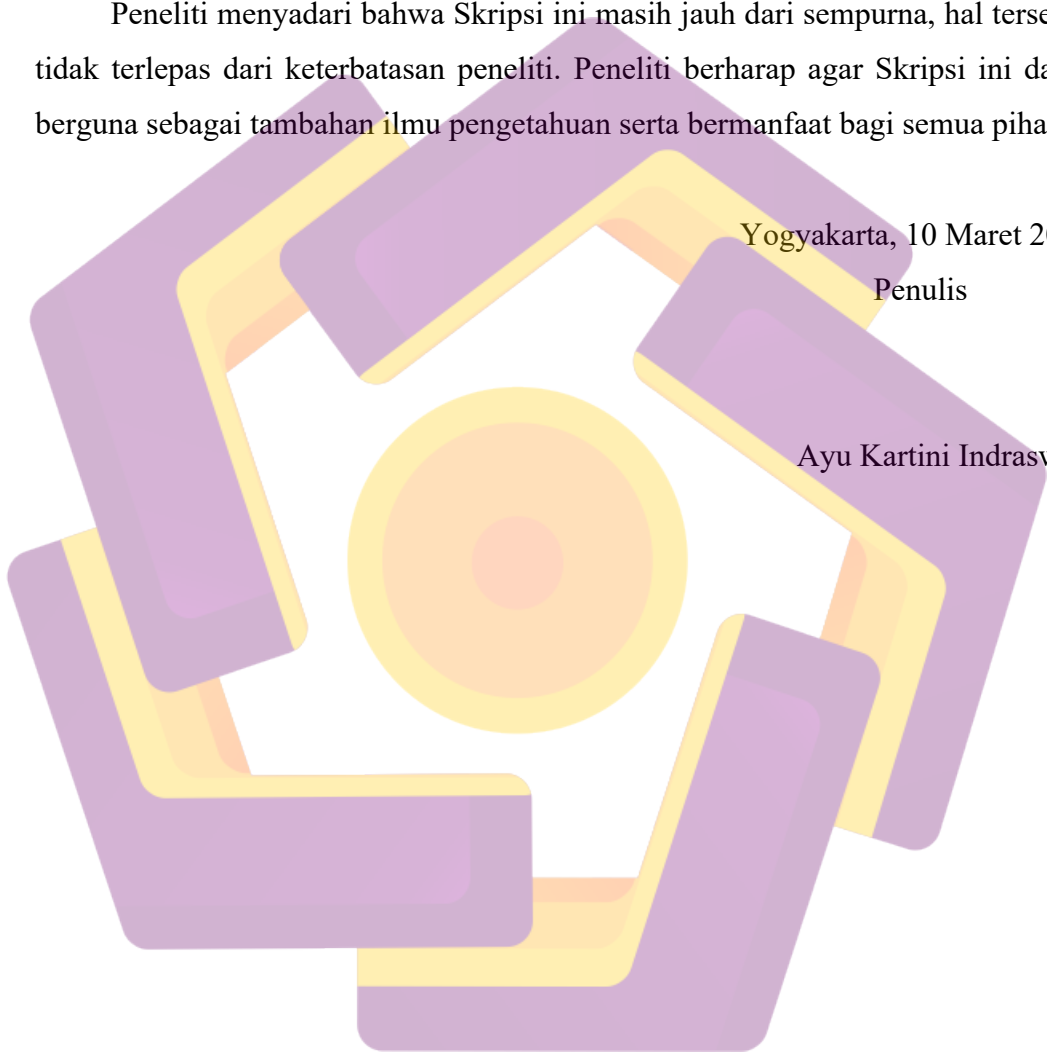
9. Teman-teman Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan saran, motivasi, serta dukungannya selama ini.
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan peneliti. Peneliti berharap agar Skripsi ini dapat berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 10 Maret 2022

Penulis

Ayu Kartini Indraswati



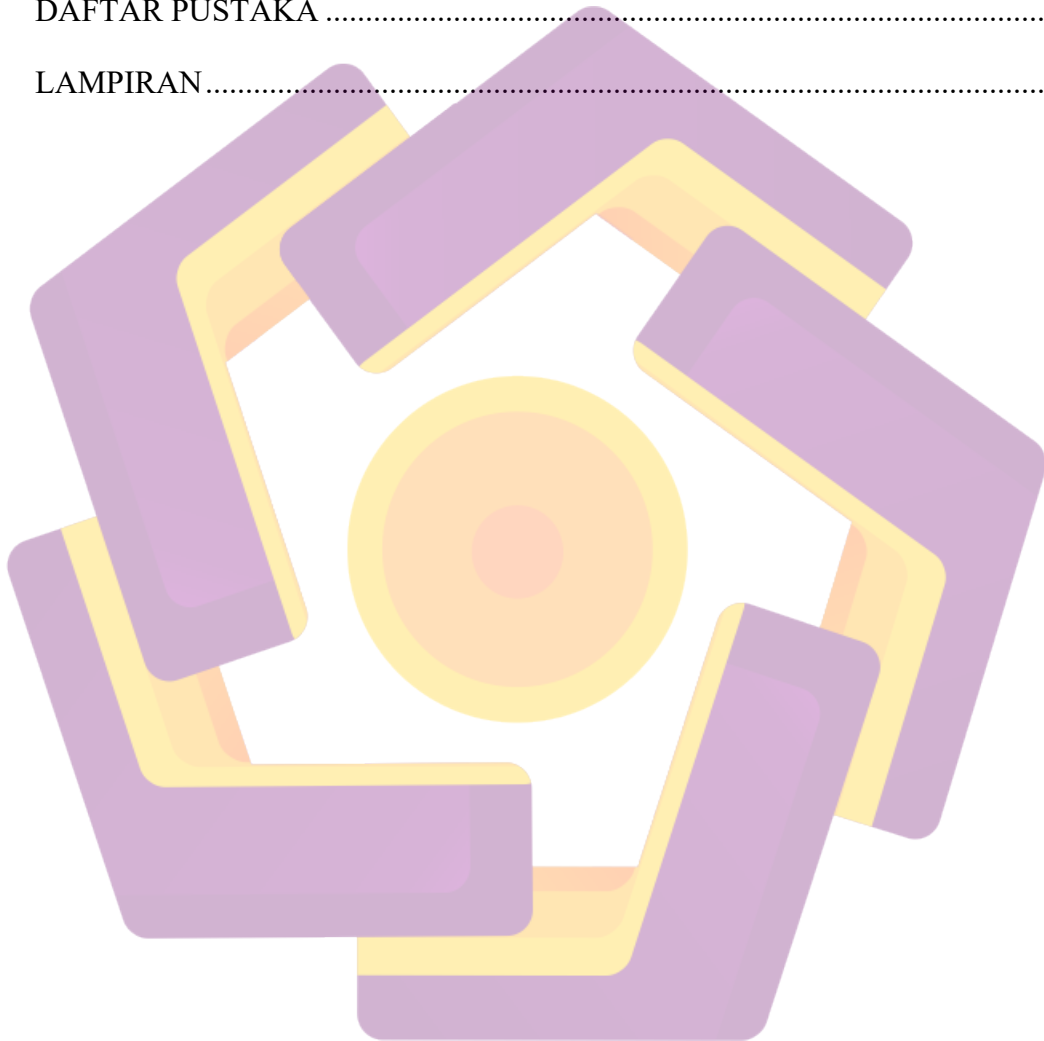
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.5.1. Manfaat Teoritis	7
1.5.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN TEORI	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Krisis Pandemi Covid-19 pada Industri <i>Tourism & Hospitality</i>	13

2.2.2.	Luminor Hotel Jemursari	16
2.2.3.	Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.4.	IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>).....	18
2.2.4.1.	Analisis Situasi.....	20
2.2.4.2.	Analisis Proses Komunikasi.....	21
2.2.4.3.	Menentukan Anggaran.....	21
2.2.4.4.	Melaksanakan Program IMC	21
2.2.4.5.	Pengawasan dan Evaluasi	22
2.2.5.	Bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>IMC Mix</i>).....	22
2.2.5.1.	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	23
2.2.5.2.	Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>)	23
2.2.5.3.	Hubungan masyarakat & Publikasi (<i>Public relations & Publication</i>).....	24
2.2.5.4.	Penjualan personal (<i>Personal selling</i>).....	25
2.2.5.5.	Pemasaran langsung (<i>Direct marketing</i>).....	25
2.2.5.6.	Pemasaran interaktif (<i>Interactive marketing</i>).....	26
2.2.5.7.	Pemasaran dari mulut ke mulut (<i>Word of mouth marketing</i>)	27
2.2.5.8.	Acara dan pengalaman (<i>Event and experience</i>).....	27
2.3.	Kerangka Pikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1.	Desain Penelitian.....	30
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	30
3.1.2.	Metode Penelitian.....	30
3.1.3.	Paradigma Penelitian.....	31
3.2.	Objek Penelitian	31
3.3.	Subjek Penelitian.....	32
3.4.	Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1.	Data Primer	34
3.4.2.	Data Sekunder	34

3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5.1.	Observasi.....	35
3.5.2.	Wawancara Mendalam.....	35
3.5.3.	Studi Dokumentasi.....	36
3.6.	Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1.	Reduksi data (<i>Data reduction</i>).....	37
3.6.2.	Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	37
3.6.3.	Penarikan kesimpulan (<i>Conclusion drawing / Verification</i>).....	37
3.7.	Uji Kredibilitas Data.....	38
3.7.1.	Meningkatkan ketekunan.....	38
3.7.2.	Triangulasi.....	38
3.7.3.	Menggunakan bahan referensi.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1.	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1.	Implementasi IMC oleh Luminor Hotel Jemursari.....	41
4.1.1.1.	Analisis Situasi.....	41
4.1.1.2.	Analisis Proses Komunikasi.....	43
4.1.1.3.	Menentukan Anggaran.....	46
4.1.1.4.	Melaksanakan Program IMC.....	47
4.1.1.4.1.	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	48
4.1.1.4.2.	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	51
4.1.1.4.3.	Hubungan Masyarakat dan Publikasi (<i>Public Relations & Publication</i>).....	53
4.1.1.4.4.	Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	55
4.1.1.4.5.	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	57
4.1.1.4.6.	Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>).....	58
4.1.1.4.7.	Pemasaran dari Mulut ke Mulut (<i>WoM Marketing</i>).....	61
4.1.1.4.8.	Acara dan Pengalaman (<i>Events & Experience</i>).....	63
4.1.1.5.	Pengawasan dan Evaluasi Program IMC.....	65

4.2. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Okupansi Luminor Hotel Jemursari	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Okupansi Hotel di Jawa Timur	2
Gambar 1.2 Demografis Usia Konsumen Luminor Hotel Jemursari.....	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 2.1 Sektor Usaha yang Paling Terdampak Covid-19.....	14
Gambar 2.2 Tingkat Okupansi Hotel di Indonesia.....	15
Gambar 2.3 Kerangka Pikiran.....	29
Gambar 4.1 <i>Social Media Advertising</i> melalui Instagram	49
Gambar 4.2 Program <i>Talkshow</i> Radio	50
Gambar 4. 3 Penempatan Brosur dan Poster pada <i>Public Area</i> Hotel.....	50
Gambar 4.4 <i>Room Package</i>	51
Gambar 4.5 <i>Room Voucher Complimentary</i>	52
Gambar 4.6 Pengumuman Pemenang Program Undian Bulan Ramadhan	53
Gambar 4.7 Kegiatan Penyaluran Nasi Box #1For1Indonesia	54
Gambar 4.8 Kegiatan <i>Media Visit</i>	55
Gambar 4.9 <i>Media Exposure</i>	55
Gambar 4.10 Kegiatan Penjualan Personal di Wedding Expo.....	57
Gambar 4.11 <i>Whatsapp Blast</i>	58
Gambar 4.12 Informasi Protokol Kesehatan Pada <i>Website</i> Hotel.....	59
Gambar 4.13 <i>Website Booking</i> Luminor Hotel Jemursari	59
Gambar 4.14 <i>Website Virtual Tour</i> Luminor Hotel Jemursari.....	60
Gambar 4.15 <i>Badge Clean Accomodation</i> dan CHSE pada OTA	60
Gambar 4.16 Akun Instagram Luminor Hotel Jemursari.....	61
Gambar 4.17 Kegiatan <i>Endorsment</i> dengan Influencer	63
Gambar 4.18 Ulasan Tamu Luminor Hotel Jemursari.....	63
Gambar 4.19 <i>Event Cooking Class</i> dengan Rumah Sakit Adi Husada	65
Gambar 4.20 Tingkat Okupansi Luminor Hotel Jemursari di Tahun 2022	67

INTISARI

Pandemi Covid-19 mengakibatkan krisis pada berbagai sektor usaha di Indonesia, salah satunya perhotelan. Hal tersebut mengakibatkan banyak hotel yang terpaksa gulung tikar akibat terus mengalami kerugian. Luminor Hotel Jemursari adalah salah satu hotel yang mampu mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat selama pandemi. Hal ini terlihat pada tingkat okupansi hotel yang terus mengalami peningkatan. Sehingga berdampak secara langsung terhadap pendapatan (*revenue*) hotel. Pencapaian tersebut merupakan hasil dari serangkaian kegiatan komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh tim *marcomm* Luminor Hotel Jemursari.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Luminor Hotel Jemursari dalam menghadapi krisis pandemi Covid-19. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif untuk menggambarkan realita di lapangan secara sistematis, faktual dan akurat dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara mendalam terhadap narasumber, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Luminor Hotel Jemursari menerapkan kegiatan IMC dalam menghadapi krisis pandemi Covid-19. Dengan demikian, tujuan strategi komunikasi pemasaran Luminor Hotel Jemursari di masa pandemi dapat tercapai secara maksimal, yaitu meningkatkan *brand awareness* mengenai standar protokol kesehatan hotel dan peningkatan pendapatan (*revenue*) hotel. Sehingga Luminor Hotel Jemursari mampu menciptakan kestabilan *brand* ditengah situasi pandemi.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Luminor Hotel Jemursari, Strategi Komunikasi Pemasaran, IMC

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has caused a crisis in various business sectors in Indonesia, one of which is hospitality. This has resulted in many hotels being forced to go out of business due to continued losses. Luminor Hotel Jemursari is one of the hotels that is able to maintain its existence in the community during the pandemic. This can be seen in the hotel occupancy rate which continues to increase. So that it has a direct impact on hotel revenue. This achievement is the result of a series of marketing communication activities implemented by the marcomm team of Luminor Hotel Jemursari.

This study aims to describe the marketing communication strategy carried out by Luminor Hotel Jemursari in facing the Covid-19 pandemic crisis. The method used in this study is descriptive qualitative to describe reality in the field systematically, factually and accurately using the paradigm of constructivism. Data collection was carried out through in-depth interviews with speakers, observations, and documentation studies. Data analysis techniques in this study were carried out by reducing data, presenting data, and drawing conclusions.

This research shows that Luminor Hotel Jemursari implements IMC activities in dealing with the Covid-19 pandemic crisis. Thus, the objectives of Luminor Hotel Jemursari's marketing communication strategy during the pandemic can be achieved optimally, namely increasing brand awareness regarding hotel health protocol standards and increasing hotel revenue. So that Luminor Hotel Jemursari is able to create brand stability in the midst of a pandemic situation.

Keywords: *Covid-19 Pandemic, Luminor Hotel Jemursari, Marketing Communication Strategy, IMC*