

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
GALLERY PRAWIROTAMAN HOTEL YOGYAKARTA
(Studi Deskripsi Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran untuk
Meningkatkan Jumlah *Customer* pada Tahun 2015/2016)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Strata Satu pada Prodi Ilmu
Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

Arini Nur Hidayati

20130530286

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 19 Agustus 2017

Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si

Penguji I

Penguji II

Taufiqur Rahman, S.IP., MA., Ph.D.

Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 19 Agustus 2017

Mengetahui,

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Arini Nur Hidayati
NIM : 20130530286
Konsentrasi : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Gallery Prawirotaman Hotel Yogyakarta untuk Meningkatkan Jumlah *Customer* Tahun 2015-2016” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis

Arini Nur Hidayati

MOTTO

SUCCESS needs a process

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”
(QS. AlamNasyroh: 5)

Karena Allah SWT selalu bersama Hamba-Nya

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala kenikmatan iman, kesehatan, rahmat dan hidayahnya serta sampai saat ini saya dapat menyelesaikan skripsi untuk memperoleh gelar sarjana saya.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan orang-orang tercinta yang cukup berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi ini. Tidak pernah lelah dalam mengingatkan bahwa skripsi adalah proses dan harus dijalani dengan sepenuh hati.

Buat kakak-kakaku, sepupu yang selalu memberikan semangat dan dukungan. Terimakasih buat kalian semua Wildan, Fauziah, Fajar, Yuva, Ovi, Zelvy, Dina, Yeni, Irvan, Dyah dan teman-teman Gardep 54 yang selalu mendorong aku untuk tidak pesemis dan selalu mengingatkan bahwa semua akan tiba pada waktunya

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT sebab hanya berkat rahmat-Nya, skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya dan dapat hadir dihadapan para pembaca sekalian.

Skripsi ini bertujuan memperluas wawasan, pengetahuan dan nuansa kerangka berfikir kaitannya dengan pemahaman terhadap strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah *costumer* hotel. Disamping itu, Skripsi ini disusun dalam rangka pemenuhan tugas akhir sebagai syarat kelulusan wisuda sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi.

Setelah banyak menimba ilmu pengetahuan dari Ilmu Komunikasi, peneliti ingin mengimplementasikan hasil pembelajaran yang didapat di dunia perkuliahan kepada dunia kemasyarakatan. Selain itu skripsi ini juga dapat memberikan sumbangan keilmuan kepada pihak yang membutuhkannya. Tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari semangat serta dorongan dari dosen, teman-teman, dan pihak yang terlibat. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT karena dengan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan magang hingga proses penulisan laporan akhir magang tanpa kurang suatu apapun.
2. Kedua orang tua saya, bapak dan ibu selaku madrasah pertama bagi saya yang memelihara serta membimbing saya sampai pada fase saat ini.

3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Adhiyanti Nurjanah, S.Soc.,M.Si yang telah memberikan waktu berharganya dengan membimbing saya sampai terselesainya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada peneliti.
6. Seluruh *staff* dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Manajemen Gallery Prawirotaman Hotel Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan menjadi objek penelitian.
8. Teman-teman yang selalu mendukung dan menyemangati peneliti selama perjalanan skripsi: Wildan, Fauziah, Handy, Dyah, Resti, Fatma, Yeni, Irvan, Fajar, Yuva, Ovi, Velin, Zelvy, Dina, teman-teman kkn 171, gardep 54, teman magang JPH.
9. Kepada semua yang terlibat dalam penyusunan skripsi.

Akhir kata, tiada gading yang tak retak, demikian pula dengan skripsi yang dibuat ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang dapat membangun tetap peneliti nantikan demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 19 Agustus 2017

Arini Nur Hidayati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori.....	11
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2. Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	13

F. Metodologi Penelitian	21
1. Jenis Penelitian.....	21
2. Objek Penelitian	22
3. Lokasi Penelitian	22
4. Teknik Pengumpulan Data.....	23
5. Teknik Analisa Data.....	25
6. Uji Validitas Data.....	26
7. Sistematika Pembahasan	28
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	30
A. Sejarah Gallery Prawirotaman Hotel	30
B. Visi dan Misi Gallery Prawirotaman Hotel.....	31
C. Logo Gallery Prawirotaman Hotel	32
D. Fasilitas Gallery Prawirotaman Hotel	32
E. Struktur Manajemen Gallery Prawirotaman Hotel	41
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA	47
A. Sajian Penelitian.....	47
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Gallery Prawirotaman Hotel ...	49
2. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	69
B. Analisis Penelitian.....	71
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Gallery Prawirotaman Hotel ...	72
a. Menentukan Produk dan Harga.....	73
b. Menentukan Segmen Pasar	75
c. Menentukan Alat Komunikasi Pemasaran	76

d. Menetapkan <i>Budget</i> Komunikasi Pemasaran.....	85
e. Melakukan Pemantauan (<i>Monitoring</i>)	86
f. Evaluasi.....	86
BAB IV PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	3
Tabel 1.2.....	5
Tabel 1.3.....	7
Tabel 3.1.....	56
Tabel 3.2.....	57
Tabel 3.3.....	59
Tabel 3.4.....	63
Tabel 3.5.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	32
Gambar 2.2	34
Gambar 2.3	35
Gambar 2.4	36
Gambar 2.5	37
Gambar 2.6	37
Gambar 2.7	38
Gambar 2.8	39
Gambar 2.9	40
Gambar 2.10	40
Gambar 2.11	42
Gambar 3.1	54
Gambar 3.2	55
Gambar 3.3	58
Gambar 3.4	60
Gambar 3.5	62

Gambar 3.6.....64