

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU WISMA MM UGM *HOTEL AND CONVENTION* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN ANTAR WISMA DI

YOGYAKARTA

(Periode 2011-2012)

WISMA MM UGM'S *HOTEL AND CONVENTION*

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) STRATEGIES

TO FACE HOSPITALITY BUSINESS COMPETITION

IN YOGYAKARTA (Year 2011-2012)

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
Fathia Zahrani Edison
20070530149**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

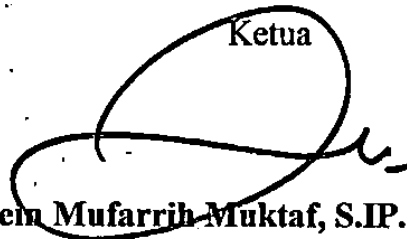
HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 31 Desember 2013
Tempat : Ruang Rapat IK
Nilai :

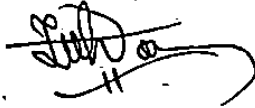
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



Zain Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom

Penguji I



Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn

Penguji II



Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 31 Desember 2013



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

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fathia Zahrani Edison

Nomor mahasiswa : 20070530149

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Wisma MM UGM *Hotel And Convention* Dalam Menghadapi Persaingan Antar Wisma Di Yogyakarta (Periode 2011-2012)**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sejauh pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbi' alamin, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang selalu memberikan keajaiban luar biasa kepada saya dengan memberikan pertolongan yang tiada hentinya melalui orang-orang pilihan-Nya. Akhirnya saya dapat menyelesaikan hasil karya tulis ilmiah yang tersusun dalam setiap lembar skripsi ini.

Saya menyadari bahwa dalam kehidupan ini selalu ada orang-orang yang sangat berharga disekeliling saya, yang memberikan cinta serta kasih sayang dengan begitu tulus. Untuk itu saya persembahkan hasil karya ini kepada:

Papa saya tercinta, Edison. Papa yang selalu thia banggakan, yang begitu penyabar dan lembut hatinya, thia selalu akan memberikan segala yang terbaik untuk Papa, walau selalu terlambat tapi thia selalu berusaha.

Mama saya tercinta, Afrida. Terimakasih untuk Do'a yang selalu Mama berikan sama thia, limpahan kasih sayang, rasa sabar Mama selama ini *Alhamdulillah* berbuah manis, juga terimakasih support Mama begitu luar biasa.

Untuk Abang saya, Prima Bhakti Edison. Terimakasih sudah banyak

sindiran abang itu adalah sebuah cara untuk memotivasi thia supaya segera menyelesaikan kuliah.

Adik-adik saya, Riifii Zahrani Edison dan Finnisa Zahra Edison.

Terimakasih atas Do'a dan dukungannya yang tiada henti; selalu memberi semangat sama kakak.

Kekasih saya, Muhammad Rizki. Terimakasih karna selalu membantu aku, menemani aku menyelesaikan urusan kuliah dan skripsi, yang menemani aku melalui ujian semester, ujian Proposal, dan juga ujian Pendadaran, you are the best Beh!

Pak Zein Mufarrih Muktaf. Selaku dosen pembimbing saya, yang sudah banyak memberi masukan dalam menyelesaikan skripsi saya. Terimakasih pak, sudah banyak membantu dan membimbing saya.

Untuk teman-teman saya, Hanum, Helen, Uma, Yanti, Khalid. Terimakasih selalu memberi dukungan, semoga dilain waktu kita dapat bertemu lagi dalam keadaan sehat, sejahtera, dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses dimasa depan, Amin.

Untuk pak Jono, pak Muryadi. Yang selalu membantu saya dalam

..dan untuk semua keluarga dan juga teman-teman yang tidak dapat saya

sebutkan nama nama kalian terimakasih dan dan dukungannya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication - IMC*) yang digunakan oleh Wisma MM UGM *Hotel and Convention* untuk menghadapi persaingan bisnis perhotelan di Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan studi kasus yang mengambil informan/nara sumber dari *Manager Marketing Communication, Staff Marketing Communication* dan beberapa customer Wisma MM UGM *Hotel and Convention* Yogyakarta.. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Alat pengumpul data adalah peneliti, alat tulis, panduan wawancara dan alat-alat lainnya yang memungkinkan digunakan dalam penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan menggunakan teknik triangulasi sumber sebagai uji keabsahan data.

Hasil penelitian ini adalah terdapat 5 strategi komunikasi pemasaran dilakukan oleh Wisma MM UGM *Hotel and Convention* Secara keseluruhan strategi tersebut efektif karena semua strategi yang dilakukan mendapatkan respon atau *feedback* dari konsumen sesuai segmen yang dituju. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat *occupancy* yang cukup tinggi yaitu 75% per tahun.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu, Persaingan Antar Wisma Di

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan rasa syukur kita persembahkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan taufik rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam kita kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, dengan harapan kiranya beliau berkenan memberi syafa'at kepada kita di yaumul akhir nanti. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Wisma MM UGM *Hotel And Convention* Dalam Menghadapi Persaingan Antar Wisma Di Yogyakarta (Periode 2011-2012)”, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi banyak pengetahuan dan pelajaran baru yang dapat dipetik oleh penulis. Oleh karena itu, di kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih terutama kepada:

1. Allah SWT yang sudah memberikan kemudahan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi.
2. Bapak Ali Muhammad, S.IP, MA., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief, S.IP., M. Sc selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M. I. Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi

5. Kedua Orang Tua dan Keluarga yang telah memberi dukungan moril dan materil serta do'a restunya.
6. Ibu Adhianty Nurjanah dan pak Zuhdan Aziz, serta seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi
7. Seluruh staff Tata Usaha, Bu Siti, Pak Jono dan Pak Muryadi.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2007.
9. Semua pihak yang sudah banyak memberikan bantuan, dukungan, do'a dan semangat hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangannya, sekalipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin sehingga skripsi ini dapat tersusun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan orang banyak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 5 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Abstrak.....	viii
Abstract.....	ix
Kata Pengantar.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Strategi Komunikasi.....	10
1.1. Definisi Strategi Komunikasi.....	10
1.2. Tujuan Komunikasi.....	11
1.3. Aktivitas dan bentuk strategi komunikasi.....	13
2. Komunikasi Pemasaran.....	16
3. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	19
3.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	19
3.2. Bentuk - Bentuk Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	22
4. Pengertian Wisma Penginapan.....	26
F. Metodologi Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Informan/Nara Sumber.....	28
3. Lokasi Penelitian.....	29
4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
5. Alat dan Bahan Data.....	30

6.	Analisis Data.....	30
7.	Uji Keabsahan Data.....	31

BAB II. GAMBARAN WISMA MM UGM HOTEL AND CONVENTION YOGYAKARTA.....

A.	Deskripsi Wisma MM UGM <i>Hotel and Convention</i>	33
B.	Fasilitas Wisma MM UGM <i>Hotel and Convention</i>	40
C.	Tipe Kamar dan Fasilitas Kamar di Wisma MM UGM <i>Hotel and Convention</i>	41
D.	Stuktur Organisasi Wisma MM <i>Hotel and Convention</i>	43

BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....

A.	Strategi Komunikasi Pada Wisma MM UGM <i>Hotel and Convention</i>	45
B.	Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Wisma MM UGM <i>Hotel and Convention</i>	53
1.	Periklanan/ <i>Advertising</i>	56
2.	Promosi Penjualan/ <i>Sales Promotion</i>	64
3.	<i>Public Relations</i> /Humas Penjualan.....	71
4.	Penjualan Personal/ <i>Personal Selling</i>	75
5.	Pemasaran Langsung / <i>Direct Marketing</i>	79
C.	Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Wisma MM UGM <i>Hotel and Convention</i>	82

BAB IV. PENUTUP.....

A.	Kesimpulan.....	95
B.	Saran.....	97