

**ANALISIS HUMAS PEMASARAN DI BOGOR VALLEY HOTEL,  
JALAN K.H SHOLEH ISKANDAR NO.05,  
KOTA BOGOR 16118**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:  
IMAYA HARDIANITA  
044115419**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

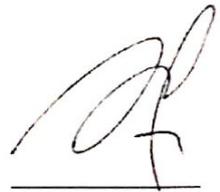
Nama : Imaya Hardianita  
NPM : 044115419  
Judul : Analisis Humas Pemasaran di Bogor Valley Hotel Jalan K.H Sholeh Iskandar No.05, Kota Bogor 16118

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

### DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Ismail Taufik Rusfien, M.Si  
NIK. 1.1215 047 681



Pembimbing II : Dr.David Rizar Nugroho, M.Si  
NIK. 1.0909 048 514



Pembaca : Muslim.M.Si  
NIK: 1 0909 048 513



Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal: :

Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum  
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si  
NIK: 1 0909 048 513

## ABSTRAK

**IMAYA HARDIANITA. 044115419. 2019. Analisis Humas Pemasaran di Bogor Valley Hotel.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: **Ismail Taufik Rusfien, M.Sidan Dr. David Rizar Nugroho, M.Si**

Suatu perusahaan dalam kegiatan komunikasi eksternal memiliki peran tertentu untuk melakukannya, yaitu humas salah satunya. Peranan humas sangat dibutuhkan untuk membentuk citra yang baik serta membangun opini publik sebuah perusahaan. Ini semua dimaksudkan untuk mengantisipasi persaingan antara perusahaan-perusahaan yang semakin terbuka. Dewasa ini, kegiatan humas tidak hanya terfokus pada ruang lingkup publik internal dan eksternal saja akan tetapi telah cenderung mendukung program pemasaran sehingga kegiatan humas telah menjadi bagian dalam program pemasaran. Tujuan humas ini bukan hanya mendorong terciptanya pengertian antara perusahaan dan publik sasaran, akan tetapi humas juga merupakan salah satu fungsi yang penting dalam mendukung kegiatan pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan humas Bogor Valley Hotel. Penelitian ini menggunakan konsep humas pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler pada tahun 2009 serta menggunakan metode penelitian pengumpulan data wawancara, foto, satu data kunci Informan dan tiga data informan. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi pribadi dan resmi, foto, rekaman dan informasi percakapan yang merupakan sumber data kualitatif.

Penelitian ini dilaksanakan di Bogor Valley hotel pada tanggal 19 Maret sampai dengan 31 Mei 2019 menggunakan wawancara dan observasi mendalam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan uji reduksi data dan penyajian data, *conclusion drawing/veifications*.

Penelitian ini diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan hasil bahwa humas pemasaran di Bogor Valley Hotel telah melakukan kegiatannya meliputi publikasi manual dan elektronik. Kegiatan acara/*event* seperti seminar dan aktivitas luar ruangan. Kegiatan *sponsorship* yaitu memberikan dukungan kegiatan organisasi dan komunitas. Kegiatan berita seperti membuat *press release*. Kegiatan pidato seperti memberikan informasi keunggulan produk dan layanan. Kegiatan layanan masyarakat seperti memberikan mengadakan pemberian donasi. Kegiatan identitas media seperti logo, seragam, dan nilai-nilai kebudayaan perusahaan, serta hambatan-hambatan yang dialami selama melakukan kegiatan-kegiatan tersebut.

*Kata kunci: Humas Pemasaran, Kegiatan Humas*