

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
HOTEL NEW CIPAYUNG ASRI**

SKRIPSI

**Mohammad Iqbal
NPM 044114380**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BOGOR
MEI 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Mohammad Iqbal

NPM : 044114380

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hotel New Cipayang Asri

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji 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 : Sardi Duryatmo, M.Si

NIP: 10715022649

Pembimbing II : Mariana R.A.Siregar, M.I.Kom

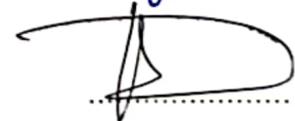
NIP: 11211053566

Pembaca : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

NIP: 10641025628

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 18 Mei 2019



Dekan Fakultas

Ketua Program Studi




Dr. Agnes Setyowati, M.Hum, M.Si

NIP : 1.0596 008 229



Muslim, M.Si

NIP: 1.0909048 513

ABSTRAK

Mohammad Iqbal, NPM 044114380, Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hotel New Cipayung Asri. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan Sardi Duryatmo M,Si dan Mariana R.A.Siregar, M.I.Kom.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan jumlah pengunjung Hotel New Cipayung Asri, dengan menggunakan teknik pemasaran terpadu ini bagaimana cara meningkatkan jumlah pengunjung di Hotel New Cipayung Asri, untuk menganalisis perkembangan pengunjung yang berada di Hotel New Cipayung Asri dengan menggunakan pemasaran terpadu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan cara penelitian data dan wawancara. Penelitian ini dilakukan di Hotel New Cipayung Asri dengan mewawancarai pemilik hotel, marketing hotel dan pelanggan hotel yang berkunjung. Teknik pengambilan sampel dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan data dan wawancara.

Data kualitatif disajikan dalam bentuk wawancara. Isi dalam wawancara ini adalah apakah pemasaran terpadu dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan bagaimana cara mengaplikasikan strategi pemasaran terpadu yang berada di Hotel New Cipayung Asri. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peningkatan jumlah pengunjung di Hotel New Cipayung Asri dibandingkan dengan beberapa tahun lalu sebelum mengaplikasikan metode teknik pemasaran terpadu yang difokuskan dalam bidang kualitas pelayanan, informasi dan kepuasan pelanggan.

Terdapat kenaikan kunjungan ketika menggunakan metode pemasaran terpadu dengan beberapa teori yaitu iklan, pemasaran langsung, penjualan promosi, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi. Dengan menggunakan lima teori ini Hotel New Cipayung Asri dapat menaikkan kunjungan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini dilakukan agar kegiatan pemasaran dapat berjalan lebih efektif dalam mengkomunikasikan produknya dan mampu menarik banyak orang untuk datang sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

Kata Kunci: manajemen komunikasi, pemasaran terpadu, dan strategi komunikasi.