

ANALISIS HUMAS PEMASARAN

DI BOGOR ICON HOTEL

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh

Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya

Universitas Pakuan

Bogor

Nur Aliah

044116121



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

2020

i

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Nur Aliah
NPM : 04411 6121
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Kajian : Hubungan Masyarakat
Program Pendidikan : Strata-1
Judul : Analisis Humas Pemasaran Di Bogor Icon Hotel

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Ismail Taufik Rusfien, M.Si
NIK : 1.1215.047.681



.....

Pembimbing II : Ratih Siti Aminah, M. Si
NIK : 1.0314.004.625



.....

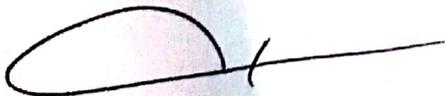
Pembaca : Tiara Puspanidra, M. Si
NIK : 1.0815.033.671



.....

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 15 Juli 2020

Dekan Fakultas



Dr. Agnes Setyowati H, M.Hum
NIK 1.0596.008.299



Ketua Program Studi



Muslim, M.Si
NIK 1.0909.048.513

iii

Fisib Unpak

ABSTRAK

Nur Aliah. 044116121. 2020. Analisis Humas Pemasaran di Bogor Icon Hotel.
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas
Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan: **Ismail Taufik Rusfien dan Ratih Siti Aminah**

Bogor Icon Hotel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa akomodasi, berkaitannya dengan dunia pemasaran, kegiatan Humas sangat berhubungan erat dengan dunia *marketing*, Humas pada saat ini sangat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan, baik tujuan secara *finalsial* maupun tujuan kepada internal dan eksternal perusahaan. Saat ini Humas tidak hanya terfokus pada ruang lingkup publik internal dan eksternal akan tetapi cenderung mendukung program pemasaran sehingga Humas menjadi bagian dalam program pemasaran, dan di kenal sebagai *marketing public relations* atau Humas Pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis Humas Pemasaran di Bogor Icon Hotel dengan menggunakan teori Harman 2016 yaitu Humas Pemasaran meliputi publikasi, peristiwa, berita, pidato, kegiatan pelayanan masyarakat dan media identitas, dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, foto, dan informasi percakapan yang merupakan sumber data kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Humas Pemasaran di Bogor Icon Hotel sudah cukup efektif dalam publikasi, peristiwa, berita, pidato, kegiatan pelayanan masyarakat dan media identitas sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen atau jumlah hunia kamar hotel.

Kata kunci : Humas Pemasaran, aktifitas Humas Pemasaran, Bogor Icon Hotel