

ANALISIS *ONE-TO-ONE COMMUNICATION* PADA GRAND SERELA HOTEL YOGYAKARTA

Novi Yulyanti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *one-to-one communication* pada Grand Serela Hotel Yogyakarta. *One to one communication* dapat dijadikan dasar yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang bersifat khusus. Aktivitas berdasarkan *one-to-one communication* yaitu membagikan brosur (*direct mail*), menghubungi konsumen melalui via telepon (*telemarketing*), menghubungi pelanggan yang loyal terhadap Grand Serela Hotel Yogyakarta (*telesales*), melakukan kunjungan (*personal selling*). Berdasarkan hasil penelitian penulis selama magang di Grand Serela Hotel Yogyakarta aktivitas yang sering dilakukan oleh wiraniaga yang berdasarkan *one to one communication* yaitu *personal selling*. Adapun aktivitas *personal selling* yang dilakukan oleh wiraniaga Grand Serela Hotel Yogyakarta yaitu dengan melakukan kunjungan ke target pasar yang telah ditentukan oleh Grand Serela Hotel Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dengan observasi di Grand Serela Hotel Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu deskriptif dan penelitian kualitatif untuk memperoleh gambaran dan data secara sistematis tentang berbagai hal yang dilakukan oleh hotel dan peningkatan data pengunjung agar penulis mengetahui apakah strategi *one-to-one communication* yang dilakukan oleh wiraniaga Grand Serela Hotel Yogyakarta mampu meningkatkan jumlah pengunjung. Berdasarkan hasil analisis penulis dalam penelitian ini Grand Serela Hotel Yogyakarta sudah menerapkan strategi *one-to-one communication*, hanya saja masih belum tepat dalam menjalankannya sehingga menunjukkan adanya jumlah pengunjung Grand Sererla Hotel Yogyakarta yang mengalami penurunan dari bulan Februari s/d Maret 2019.

Kata Kunci: *One-to-one communication*

ANALYSIS OF ONE TO ONE COMMUNICATION AT GRAND SERELA HOTEL YOGYAKARTA

Novi Yulyanti

Abstract

This study aims to know the activities of one-to-one communication at Grand Serela Hotel Yogyakarta. One to one communication can be used as an appropriate basis to increase the number of special visitors. Activities based on one-to-one communication are distributing brochures (direct mail), contacting consumers via telephone (telemarketing), contacting loyal customers the Grand Serela Hotel Yogyakarta (telesales), and making visits (personal selling). Based on the results of the author's research during an internship at Grand Serela Hotel Yogyakarta, activities that are often carried out by salespeople who are based on one to one communication, is personal selling. The personal selling activities carried out by Grand Serela Hotel Yogyakarta salespeople are by visiting the target market that has been determined by Grand Serela Hotel Yogyakarta. This study uses secondary data obtained by observation at the Grand Serela Hotel Yogyakarta. The approach used by the writer in this research is descriptive and qualitative research to obtain systematic images and data about various things done by hotels and increase visitor data so that the writer knows whether the one-to-one communication strategy carried out by the Grand Serela Hotel Yogyakarta salesperson is able to increase the number of visitors. Based on the results of the analysis of the authors in this study, Grand Serela Hotel Yogyakarta has implemented a one-to-one communication strategy, however it did not run appropriately, so that the number of visitors to the Grand Sererla Hotel Yogyakarta decreased from February to March 2019.

Keywords: *One-to-one communication*