

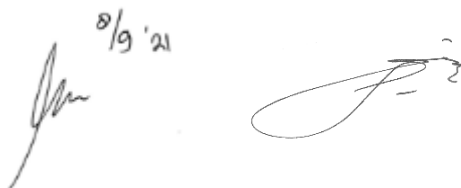
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA HOTEL DAFAM KABUPATEN WONOSOBO

Kintan Desi Rahmasari

Abstrak

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen hotel dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan sebuah hotel dalam mencapai tujuannya. Penting bagi sebuah hotel untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk dan jasa yang akan dijual di pasaran. Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka produk dan jasa yang ingin dijual akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen menyewa produk dan jasa yang akan dijual oleh hotel. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran menggunakan metode promosi guna meningkatkan jumlah pengunjung dan untuk menganalisis strategi pemasaran menggunakan metode promosi yang dilakukan oleh Hotel Dafam Kabupaten Wonosobo dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Pendekatan yang diambil dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, Penelitian ini juga menggunakan data primer dan data skunder. Data primer dalam penelitian ini didapat melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sedangkan data skunder didapat dari dokumen-dokumen penting perusahaan seperti data tentang visi misi perusahaan, sejarah, dan struktur organisasi perusahaan. Hasil analisis dari data yang didapat ialah Hotel Dafam Wonosobo menggunakan dua cara dalam melakukan promosi yaitu promosi secara langsung dan promosi tidak langsung. Hotel dafam dalam melakuakn promosi secara langsung dengan menggunakan cara antaranya yaitu dengan sales call, mengunjungi lembaga pemerintahan, dan blitzing sedangkan promosi secara tidak langsung, Hotel Dafam Wonosobo melakukan Iklan, public reltion, dan media pemasaran interaktif. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa Hotel Dafam Wonosobo sudah tepat dalam menjalankan bisnisnya dibidang jasa perhotelan dengan menggunakan metode promosi secara langsung dan metode promosi secara tidak langsung tersebut hanya saja Hotel Dafam Wonosobo kurang menekuni promosi secara medai pemasaran interaktif yang dari hasil penelitian mendapati kurang seriusnya tim marketing untuk membuat konten-konten yang akan disebar melalui media Hotel seperti Tiktok, Instagram dan yang lainnya.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Strategi Pemasaran, Metode Promosi, dan Meningkatkan Pengunjung.*

 01/09 '21

MARKETING COMMUNICATION AT HOTEL DAFAM, WONOSOBO REGENCY

Kintan Desi Rahmasari

Abstract

Marketing is part of hotel management and is also a very important factor because marketing directly affects the smoothness and success of a hotel in achieving its goals. It is important for a hotel to know the right and appropriate marketing strategy for the products and services to be sold in the market. With the right and appropriate marketing strategy, the products and services sold will be easily accepted by potential consumers so that potential consumers will rent the products and services that will be sold by the hotel. This study was conducted to find out how the implementation of marketing strategies using promotional methods to increase the number of visitors and to analyze marketing strategies using promotional methods carried out by Hotel Dafam Wonosobo Regency in increasing the number of visitors. The approach taken in this study is a qualitative approach. This study uses primary data and secondary data. The primary data in this study were obtained through interviews, observations, and documentation, while the secondary data were obtained from important company documents such as data on the company's vision and mission, history, and the company's organizational structure. The results of the analysis of the data obtained is that Hotel Dafam Wonosobo uses two ways of promotion, namely direct promotion and indirect promotion. Hotel Dafam in direct promotion by using methods such as sales calls, visiting government agencies, and blitzing, while indirect promotion, Hotel Dafam Wonosobo conducts advertisements, public relations, and interactive marketing media. Based on the results of the analysis and internal discussion, it can be concluded that Hotel Dafam Wonosobo is right in running its business in the field of hospitality services by using the direct promotion method and the indirect promotion method, it's just that Hotel Dafam Wonosobo is less focused on promotion through interactive marketing media because of the results of the study found that the marketing team was not serious enough to create content that would be distributed through hotel media such as Tiktok, Instagram and others.

Keywords: *Marketing Communication, Marketing Strategy, Promotion Method, and Increasing Visitors.*