

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HOTEL
GRAND DAFAM ROHAN DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS SEBAGAI HOTEL SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

CAROLINE DESI ANDRIANI

15 09 05661

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HOTEL GRAND DAFAM ROHAN DALAM MEMBANGUN *BRAND* AWARENESS SEBAGAI HOTEL SYARIAH

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

Caroline Desi Andriani

15 090 5661



Disetujui oleh :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Agus', is written over the lower part of the university logo.

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Grand Dafam Rohan Dalam
Membangun *Brand Awareness* Sebagai Hotel Syariah

Penyusun : Caroline Desi Andriani
NPM : 15 090 5661

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

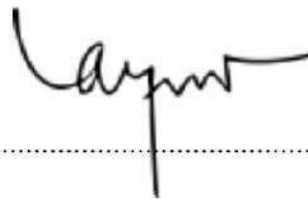
Hari / Tanggal : Selasa, 13 Juli 2022

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran I Kampus V (Universitas Atma Jaya
Yogyakarta)

TIM PENGUJI

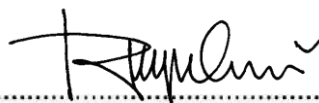
Ign. Agus Putranto, M.Si.
Penguji Utama



Olivia Lewi Pramesti, M.A.
Penguji I



Birgitta Bestari P.J., MA.
Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, MA.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Caroline Desi Andriani

Npm : 150905661

Program studi : Ilmu Komunikasi

Judul skripsi : Strategi Komunikasi Hotel Grand Dafam Rohan Dalam
Membangun *Brand Awareness* Sebagai Hotel Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian dari hasil karya orang lain. Bila dikemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi.

Bila terdapat bukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 24 Juni 2022
Saya yang menyatakan



Caroline Desi Andriani

ABSTRAK

Caroline Desi Andriani

NPM : 15 090 5661

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HOTEL GRAND DAFAM ROHAN DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI HOTEL SYARIAH

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh hotel Grand Dafam Rohan pada tahapan perumusan strategi. Strategi komunikasi pemasaran itu sendiri terbagi menjadi tiga tahap yaitu tahap perumusan, pelaksanaan dan evaluasi. Penelitian ini berfokus dalam tahapan perumusan strategi itu sendiri. Dalam perumusan strategi terdapat beberapa tahapan sebelum perencanaan strategi itu dibuat. Hal tersebut meliputi pengembangan visi dan misi perusahaan, mengidentifikasi peluang serta ancaman bagi perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan, menetapkan tujuan jangka panjang bagi perusahaan, membuat strategi alternatif bagi perusahaan, dan memilih strategi yang akan digunakan. Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam kegiatan pemasaran suatu produk karena dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian yang diakibatkan oleh promosi yang tidak efektif dan efisien. Kegiatan promosi masuk dalam bagian konsep bauran komunikasi pemasaran atau yang sering disebut *marketing communication mix*. Bauran komunikasi pemasaran merupakan gabungan dari lima model komunikasi dalam pemasaran, yaitu: *advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct marketing*. Penelitian ini juga akan membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dipilih hotel Grand Dafam Rohan. Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif yang menggunakan metode penelitian deskriptif. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam terhadap empat narasumber, yaitu *Marketing Communication Manager, Public Relation*, dan dua orang tamu hotel. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rumusan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan hotel Grand Dafam Rohan dalam membangun *brand awareness* sebagai hotel syariah. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa, hotel Grand Dafam Rohan mampu membangun *brand awareness* kepada masyarakat hal itu ditunjukkan dari kemampuan masyarakat mengidentifikasi hotel ini sesuai dengan konsep syariah seperti yang dibayangkan kemudian melalui apa yang mereka lihat ketika datang untuk menginap.

Kata kunci: strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, hotel syariah dan *brand awareness*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Peneliti mempersembahkan skripsi ini untuk :

Tuhan Yesus Kristus

Ibu saya tercinta, Veronika Yuli Istiani

Bapak saya, Modistus Sugiyanto

Adik yang saya sayangi, Albertus Galih

Tante yang amat saya sayangi, Maria Magdalena Ismuryati

Dosen pembimbing Skripsi, Ignatius Agus Putranto

Hotel Grand Dafam Rohan khususnya Mbak Manda dan Bu Visca

Sahabat saya saya Alifia Heidinia dan Gabriella Violita

Saudara perempuan saya Triratna Suci Prameswari dan Eki Vinalia

Sahabat-sahabat Meikarta Alifia Heidinia, Chandrika Febronia Sihombing,

Antonius Ferry Adrian

Sahabat Guyon Watoners Alifia Heidinia, Josephine Cervinia dan Agnes Ayu

Para senior saya dan temant-teman di Telkom Landmark Tower

Member Pasar Raya Keluarga Nabila dan Karina

Teman teman yang membantu saya selama proses perkuliahan dan penyusunan

skripsi ini Ririn Pujiastuti dan Nadia Nathania

Saudara-saudari keluarga besar Soepardjo Dwidjo Soegito

Saudara-saudari keluarga besar Partoredjo

Saudara saudara saya yang telah berpulang menghadap Bapa

Kelompok KKN 73 khususnya Bianca, rian, dan komang

Orang-orang yang pernah berproses dengan saya di kehidupan saya

Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai kampus

HALAMAN MOTTO

“Many of life’s failures are people who did not realize how close they were to success when they gave up.” Thomas Edison

"It always seems imposibble until it's done." Nelson Mandela

“Thomas answered Him, ‘My Lord and my God!’ Jesus said to him, ‘Have you believed because you have seen Me? Blessed are those who have not seen and yet have believed.’” John 20:28-29



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya penulis masih diberi kekuatan dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran hotel Grand Dafam Rohan dalam Membangun *Brand Awareness*)” Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini telah melalui banyak lika-liku hambatan dan rintangan, namun berkat doa, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih yang teramat dalam kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan atas berkatnya, penulis bisa melalui segala permasalahan yang penulis hadapi untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu dan Bapak tercinta yang sudah mengorbankan segala waktu, tenaga, pikiran dan biaya untuk memenuhi kebutuhan, mendengar keluh kesah dan memberikan semangat kepada penulis.
3. Tante saya, orang yang sangat saya sayangi Maria Magdalena Ismuryati, terimakasih atas cinta dan perjuangannya hingga akhir hayat dan akan selalu saya kenang di hati saya.
4. Pak Agus selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan dan membimbing penulis, sehingga penulis dapat terbantu dalam mengerjakan skripsi. Terlebih disaat penulis mulai kehilangan niat untuk menyelesaikannya, justru semangat itu datang dari Pak Agus
5. Hotel Grand Dafam Rohan yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian dan karyawan hotel khususnya Mbak Manda dan Bu Visca yang telah meluangkan waktunya agar penulis dapat memperoleh data terkait penelitian.
6. Adik laki-laki saya, Galih yang selalu menanyakan perkembangan skripsi saya dan mau meminjamkan laptop yang lebih mendukung untuk bisa menyelesaikan skripsi ini
7. Sahabat yang saya kenal dari awal semester, Alifia Heidinia. Terimakasih telah selalu menerima saya walaupun saya banyak kelebihan tapi lebih banyak kekurangannya.
8. Adrian dan Chandrika yang sudah seperti bodyguard pribadi saya.
9. Jojo dan Ayu yang selalu sepaket waktu akan gabung kelompok saya, termasuk ketika akhirnya mulai berteman akrab dan bersahabat dengan saya juga sepaket.
10. Gabriella Violita yang selalu merepotkan saya, tetapi juga mau menerima saya kapanpun untuk bercerita.
11. Ririn dan Nadia yang sudah membantu saya memberi masukan untuk skripsi saya.
12. Para senior saya di Telkom Landmark Tower, terimakasih telah menerima mahasiswi dari Jogja yang minim pengetahuan ini untuk diajari berbagai

macam hal tentang jobdesk di divisi Human Capital dan juga menerima saya layaknya saya sudah lolos GPTP dan jadi karyawan Telkom. Terimakasih untuk kesempatannya menjadikan saya MC diberbagai acara internal maupun mengirim saya untuk bertugas di ASIAN PARA GAMES. Pengalaman tersebut tidak akan pernah saya lupakan.

13. Nabila dan Karin teman magang saya yang saya kenal hanya beberapa bulan tapi sudah seperti kenal bertahun-tahun.
14. Teman teman KKN khususnya Rian dan Bianca. Terimakasih sudah selalu baik dan peduli dengan saya.
15. Keluarga besar Soepardjo. Terimakasih atas didikan, kasih sayang dan bimbingannya untuk saya.
16. Keluarga Partoredjo. Terimakasih telah membuat saya minder dengan mas-mas dan mbak mbak semua. Hal tersebut lah yang memacu saya harus bisa sama seperti kalian semua.
17. Orang orang yang pernah berproses dengan saya, mantan pacar, dan orang orang yang pernah dekat dengan saya. Terimakasih karena juga pernah menyemangati saya setiap hari untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
18. Terakhir untuk kampus saya, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang katanya hanya anak orang kaya yang bisa kuliah disini. Ternyata benar karena saya juga merasakan bagaimana susahnya membayar kuliah dengan uang saya sendiri. Hal tersebut yang menjadi motivasi saya untuk segera menyelesaikan tanggungjawab besar saya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
Daftar ISI.....	x
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Teori Komunikasi.....	11
2. Teori Komunikasi Pemasaran	16
3. Teori Strategi Komunikasi	18
4. Teori Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21

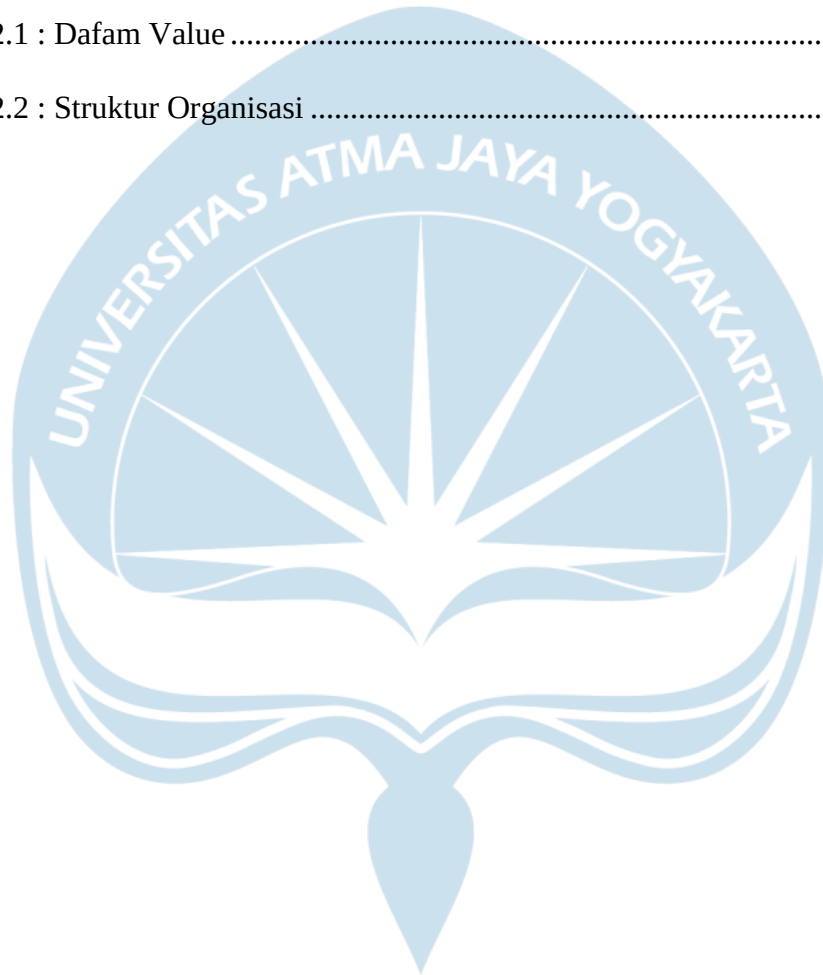
5. Brand Awareness	26
6. Konsep Hotel Syariah	28
F. Kerangka Konsep	32
G. Metodologi Penelitian	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Metode Penelitian.....	35
3. Lokasi Penelitian.....	36
4. Subyek dan Obyek Penelitian	36
5. Teknik Pengumpulan Data.....	36
6. Teknik analisis Data.....	38
Bab II Deskripsi Subyek Penelitian	40
A. Deskripsi Hotel	40
1. Sejarah Hotel	40
2. Profil Hotel.....	41
B. Visi dan Misi	42
C. Struktur Organisasi	44
BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN	46
A. Temuan Data	47
1. Strategi Komunikasi hotel.....	47
2. Perumusan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	51
3. Brand Awareness	60
B. Pembahasan.....	61

BAB IV PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR BAGAN

Tabel 1.1 : Teori SMCR.....	13
Tabel 2.1 : Dafam Value	43
Tabel 2.2 : Struktur Organisasi	44



DAFTAR GAMBAR

HALAMAN JUDUL.....	i
Gambar 1.1 : Situs booking hotel.....	6
Gambar 1.2 : Media Sosial Instagram.....	7
Gambar 1.3 : Piramida Awareness.....	28
Gambar 3.1 : Front Office.....	53
Gambar 3.2 Sertifikat Halal MUI.....	57
Gambar 3.3 : Masjid.....	58