

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
THE SAHID RICH JOGJA
(Penelitian Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran
The Sahid Rich Jogja Hotel)

Bambang Wibisono
12071080

ABSTRACT

Perencanaan dan Strategi komunikasi pemasaran sangatlah dibutuhkan bagi perusahaan yang menyediakan pelayanan jasa pada masa sekarang ini terutama persaingan jasa perhotelan. Persaingan jasa perhotelan di kota Yogyakarta sangatlah berkembang pesat dalam kurun waktu beberapa tahun saja. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh *marketing communication* The Sahid Rich Jogja Hotel dalam menghadapi persaingan dan pertumbuhan bisnis perhotelan di Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kegiatan komunikasi pemasaran The Sahid Rich Jogja Hotel dengan melakukan kegiatan *personal selling* (penjualan personal) dan *direct marketing* (pemasaran langsung) dalam memasarkan produknya dan untuk memaksimalkan strategi komunikasi pemasaran agar mendapatkan konsumen. Strategi komunikasi pemasaran The Sahid Rich Jogja Hotel berjalan dengan baik yang didukung dengan adanya perencanaan komunikasi pemasaran dan kegiatan pemasaran.

Kata Kunci : strategi, komunikasi pemasaran, The Sahid Rich Jogja Hotel