

**ANALISIS DESKRPTIF KUALITATIF TENTANG SRATEGI
INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA HOTEL
THE VICTORIA YOGYAKARTA DALAM RENCANA PENINGKATKAN
PENGUNJUNG**

Tania Kasih Kristin Sihombing

200710318

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang diterapkan oleh Hotel The Victoria Yogyakarta dalam rencana peningkatan pengunjung melalui elemen-elemen komunikasi pemasaran yang ada. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan metode observasi dan wawancara dengan kepala account manager marketing Hotel The Victoria Yogyakarta, dan studi dokumen terkait strategi IMC yang telah diimplementasikan. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen strategi IMC yang digunakan, serta evaluasi terhadap efektivitasnya dalam mencapai tujuan peningkatan jumlah pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel The Victoria Yogyakarta telah berhasil menerapkan berbagai strategi IMC melalui bauran komunikasi pemasaran terintegrasi berdasar teori Kotler & Armstrong yang efektif, yaitu penggunaan media iklan, promosi penjualan, humas, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung. Kendala dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi juga diidentifikasi, serta rekomendasi untuk evaluasi kedepannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman lebih lanjut mengenai penerapan IMC di industri perhotelan, khususnya dalam konteks peningkatan jumlah pengunjung.

Kata kunci : *Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi, Hotel The Victoria Yogyakarta*

**QUALITATIVE DESCRIPTIVE ANALYSIS OF INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION (IMC) STRATEGY AT THE
VICTORIA YOGYAKARTA HOTEL IN THE VISITOR INCREASE
PLAN**

Tania Kasih Kristin Sihombing

200710318

ABSTRACT

This study aims to explain how the integrated marketing communication strategy implemented by The Victoria Hotel Yogyakarta in the plan to increase visitors through existing marketing communication elements. This study uses a qualitative descriptive method conducted by observing and interviewing the head of account manager marketing of The Victoria Hotel Yogyakarta, and studying documents related to the IMC strategy that has been implemented. Data analysis was carried out using analysis techniques to identify the elements of the IMC strategy used, as well as evaluation of their effectiveness in achieving the goal of increasing the number of visitors.

The results of the study show that The Victoria Hotel Yogyakarta has successfully implemented various IMC strategies through an integrated marketing communication mix based on Kotler & Armstrong's effective theory, namely the use of advertising media, sales promotion, public relations, personal sales, and direct marketing. Obstacles and challenges faced in implementation are also identified, as well as recommendations for future evaluation. This research is expected to contribute to further understanding the application of IMC in the hospitality industry, especially in the context of increasing the number of visitors.

Keywords : *Integrated Marketing Communication Strategy, The Victoria Hotel Yogyakarta*