

MARKETING COMMUNICATION
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
DI THE ROYALE KRAKATAU HOTEL
(Periode Desember-Februari)

ABSTRAK

Oleh :

DIESTY AYU RESTUNING GUSTI
15072066

Cilegon merupakan salah satu kota dari Provinsi Banten yang memiliki potensi pariwisata. Saat ini kota Cilegon sedang gencar melakukan perbaikan-perbaikan fasilitas untuk keperluan pariwisata salah satunya adalah pembangunan hotel di sejumlah titik di kota Cilegon. Kegiatan ini membuat salah satu hotel yang notabenehnya sudah lama berdiri yaitu The Royale Krakatau Hotel yang sempat terpengaruh oleh persaingan hotel-hotel yang baru berdiri di kota Cilegon.

Marketing Communication merupakan kegiatan yang dilakukan oleh bagian *marketing* dan *communication*, yang mana dalam kegiatan tersebut *marketing* dan *communication* bersinergi dalam melakukan perencanaan, pengenalan, dan pengevaluasian suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat umum atau sebagai konsumen. Pada dasarnya, dalam setiap perusahaan maupun perhotelan membutuhkan *Marketing Communication* sebagai kegiatan yang mengatur proses dalam merencanakan produk dan pengevaluasian produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Teori yang digunakan yaitu *Relationship Management Theory* oleh *Ledingham*, *Relationship Management Theory* menjelaskan dalam suatu organisasi perlu melakukan relasi dengan publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal dan ini akan menciptakan keselarasan dalam berdampingan, dan konsep strategi *Marketing Communication* yang dipaparkan oleh Kotler.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data Observasi dan wawancara serta menggunakan dua narasumber yang diantaranya menjadi *key informan* yaitu *Manager sales and marketing*, *Public Relation*. Sedangkan empat orang konsumen menjadi informan pendukung. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu *Marketing Communication* The Royale Krakatau Hotel dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung melalui kegiatan strategi komunikasi pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Hal tersebut dilakukan untuk lebih meningkatkan jumlah pengunjung, sekaligus mempromosikan hotel agar tidak sepi.

Kata Kunci : *Marketing Communication, Relationship Management Theory, Publik Eksternal.*

**MARKETING COMMUNICATION ACTIVITY TO INCREASE THE VISITORS AT THE
ROYALE KRAKATAU HOTEL
(Period December-February)**

ABSTRACT

By :

**DIESTY AYU RESTUNING GUSTI
15072066**

Cilegon is one citiesin banten province which is very potential in tourism. Nowadays cilegon is actively establishing some new hotels to fullfil tourism facilities. The establishing new hotels influenced the amount of the visitors of one of the old hotel The Royale Krakatau Hotel.

Marketing Communication is an activity done by marketing and communication division. The marketing and the communication work hand in hand in doing planning, introducing, and evaluating a *product* or service that is offered to public or consumer. Basically every company, included hotel needs Marketing Communication as an activity that manages process in planning and evaluating a *product* that is offered to the public.

This study uses Relationship Management Theory by Ledingham. This theory explains that an organisation needs to make a relation with either internal or external public. This relationship can create synergy in cooperation, and the concept of Marketing Communication strategy presented by kotler. This study uses qualitative approach woth the descriptive methode. The collecting data uses observation and interview with two sources as the key informen-the sales and marketing manager, and the Public Relation, and four consumers are as supporting informen. The result of the study is that Marketing Communication of the royale krakatau hotel tries to increase and promote the hotel visitors by using marketing and communication strategy of *product, price, place* and *promotion*.

Keywords : *Marketing Communication, Management Relationship Theory, External Public.*