

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMAR HOTEL NEO DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**

**(Studi Kasus Pada Hotel Neo Eltari Kupang by Aston, Kecamatan Kelapa
Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widiya Mandira**



OLEH

MARIANA PAILA DAPA

43120021

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

2024



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Ahmad Yani 50 – 52 Kupang 85225, NTT-Indonesia

Telp. (0380) 833395, Fax. 831194

Website : [Http://www.unwira.ac.id](http://www.unwira.ac.id) E-mail : info@unwira.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini **Senin, 10 Juni 2024 Pukul 11.00 WITA** Telah diadakan Ujian Skripsi Program Sarjana, bagi mahasiswa :

Nama : **Mariana Paila Dapa**
NIM : **43120021**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMAR HOTEL NEO DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG (Studi Kasus pada Hotel Neo Eltari Kupang by Aston, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur)

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

1. Ketua : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD., S.Fil., MA
2. Sekretaris : Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si
3. Penguji Materi I : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos., M.I.Kom
4. Penguji Materi II : Donna Isra Silaban, S.Sos., M.I.Kom
5. Penguji Materi III : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD., S.Fil., MA
6. Pembimbing I : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD., S.Fil., MA
7. Pembimbing II : Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si

[Handwritten signatures of the examiners]

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 90
Penguji II = 90
Penguji III = 95

Lulus dengan Nilai = 92 / A

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI:.....,TANGGAL :, JAM :

Hasil Ujian Ulang =



Kupang, 10 Juni 2024

Ketua Tim Penguji,

P. Hendrikus Saku Bouk, SVD., S.Fil., MA

NIDN: 0807046601

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mariana Paila Dapa

NIM : 431 20 021

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (SKRIPSI) dengan judul:

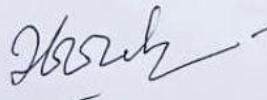
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMAR HOTEL NEO DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG (Studi Kasus Pada Hotel Neo Eltari Kupang by Aston, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur), adalah benar yang ditulis oleh saya sendiri yang di Bimbing oleh P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA sebagai pembimbing I, dan Ibu Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si. sebagai pembimbing II. Apabila di kemudian hari dalam penulisan ini ditemukan adanya penyimpangan maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang, 01 Agustus 2024

Disahkan,

Pembimbing I

Mahasiswa



P. Hendrikus S. Bouk, SVD, S. Fil., MA.

Mariana Paila Dapa

NIDN: 0804127501

NIM: 431 20 021

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMAR HOTEL NEO

DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG

(Studi Kasus Pada Hotel Neo Eltari Kupang by Aston, Kecamatan Kelapa

Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur)

Diajukan Oleh:

Nama : Mariana Paila Dapa

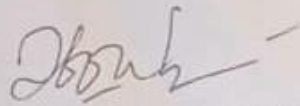
NIM : 431 20 021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui

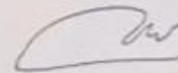
Pembimbing I

Pembimbing II



P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S. Fil., MA

NIDN 0807046601



Fransiska Desiana Setyaningsih, M. Si.

NIDN 0804127501

Mengesahkan

Dekan



Dr. Frans Bapa Tokan, M.A.

NIDN 0811116701

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMAR HOTEL NEO

DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG

(Studi Kasus Pada Hotel Neo Eltari Kupang by Aston, Kecamatan Kelapa

Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur)

Diajukan Oleh:

Nama : Mariana Paila Dapa

NIM : 431 20 021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui

Pembahas I

Pembahas II



Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos., M.I.Kom



Donna Isra Silaban, S.Sos., M.I.Kom

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Kamu Boleh Menangis dan Berteriak Tapi Tidak Untuk Menyerah

Karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria sang pemberi kehidupan dan penuntun jalan bagi penulis dalam menghadapi setiap lika-liku perjalanan kehidupan yang dilalui selama ini, dan bisa mencapai suatu titik kebanggaan bagi penulis dengan menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi pada Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Kedua orang Tua tercinta, Bapak Agustinus Lende dan Mama Veronika Koten yang penulis paling cintai, banggakan, dan sayangi hingga detik ini, yang selalu menyemangati dan selalu mendoakan kesuksesan penulis sertaberusaha untuk selalu ada dengan keterbatasan ekonomi.
3. Almamater tercinta, Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Katolik WidyaMandira Kupang.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kemurahan yang diberikan, peneliti mampu menjalani masa penelitian dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kamar Hotel Neo dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Kasus pada Hotel Neo Eltari Kupang by Aston, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur)”. Penulisan skripsi ini guna menyelesaikan Program Sarjana(S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik di UniversitasKatolik Widya Mandira Kupang. Selama penyusunan dan penulisan skripsi ini,banyak kendala yang penulis alami. Benturan inilah yang membuat penulis akhirnya menjadi lebih baik khususnya dalam hal penelitian dan penulisan tugas akhir. Banyak pihak yang penulis libatkan dalam proses ini. Oleh karena itu sudah sepatutnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan biarlah menjadi kenangan di atas kertas putih ini, terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
4. Pater Hendrikus S Bouk, SVD, S.Fil., MA selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran serta motivasi

dalam membimbing penulis dalam penyusunan proposal hingga tugas akhir skripsi.

5. Ibu Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah mengorbankan waktu untuk membimbing dan membantu serta memotivasi dalam peenyusunan proposal hingga tugas akhir skripsi.
6. Bapak Mikhael Rajamuda Bataona, S. Sos, M. I. Kom selaku Penguji I penulis yang telah meluangkan waktu ide dan masukan demi penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Donna Isra Silaban, S,Sos., M.I.Kom selaku Penguji II penulis yang meluangkan waktu ide dan masukan demi penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira atas ilmu yang berharga selama perkuliahan.
9. Seluruh staff Tata Usaha FISIP Universitas Katolik Widya Mandira yang telah membantu administrasi peneliti dalam penyusunan skripsi.
10. Semua teman-teman seperjuangan penulis di Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2020 UNWIRA Kupang yang menghibur, memotivasi, dan menyemangati penulis selama menempuh pendidikan di UWIRA Kupang.
11. Para informan Bapa Junadi, Ibu Rahmawati, Ibu Deitjen Mawar Mestuni, Ibu Elsi Yolanda Dacosta, Ibu Helena Freini Karundek
12. Terakhir, kepada diri saya Mariana Paila Dapa, terimakasih telah berjuang sejauh ini, dan jangan pernah kehilangan harapan mari kita terus percaya pada

diri sendiri dan maju terus. Peluklah diriMu dan katakanlah kamu sangat Berharga.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati Penulis mengucapkan terima kasih. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebab tidak terlepas dari masalah dan kesulitan. Oleh karena itu, Penulis sangat mengharapkan usul, saran, umpan balik, maupun kritik yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini

Kupang, Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

Skripsi berjudul “ Strategi Komunikasi Pemasaran Kamar Hotel Neo Dalam meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Kasus Pada Hotel Neo Eltari Kupang by Aston, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur). Penelitian ini dilakukan karena strategi merupakan Salah satu yang menentukan tingkat keberhasilan usaha yaitu bagaimana cara memasarkan produk atau jasa kepada khalayak. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi mendalam. setelah data dikumpul kemudian akan dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung kamar hotel Neo by Aston sangat efektif sehingga dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran, diantaranya produk (*Product*), yang ada di hotel Neo dari empat tipe kamar tersebut lengkap dan nyaman digunakan sehingga dapat meningkatkan pengunjung, Harga (*price*) dari empat tipe kamar tersebut ada yang paling mahal dan paling murah sehingga dapat memilih sesuai kebutuhan, lokasi (*place*) dari keempat tipe kamar tersebut secara acak karena sesuai dengan kebutuhan pelanggan, promosi (*promotion*) dari keempat tipe kamar tersebut lebih ke situs online dan juga offline. Kesimpulan yang dapat diambil strategi komunikasi pemasaran kamar hotel Neo by Aston dalam meningkatkan jumlah pengunjung sangat penting karena setiap pelanggan akan mendapatkan kesan, baik ketika menginap di hotel sehingga dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang baik. Saran yang dapat diberikan kepada hotel Neo by Aston untuk fasilitas yang lebih baru dan modern, serta pelayanan yang maksimal maka pelanggan merasa puas, dengan sendirinya pengunjung akan meningkat.

Kata Kunci: Strategi, Marketing mix, Komunikasi Pemasaran, Hotel

DAFTAR ISI

COVER	i
BERITA ACARA UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS... ..	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTAK	i
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xv9i
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis	9
1.5.1 Kerangka Pemikiran	9
1.5.2 Asumsi.....	11
1.5.3 Hipotesis.....	11

BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Komunikasi	15
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	15
2.2.2 Peran Komunikasi	15
2.3 Komunikasi Pemasaran	16
2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	16
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.4.1 Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran	18
2.4.2 Tujuan Strategi komunikasi Pemasaran.....	19
2.4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	20
2.5 Hotel.....	23
2.5.1 Pengertian Hotel	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Metode Penelitian dan Jenis Penelitian	25
3.1.1 Metode Penelitian.....	25
3.1.2 Jenis Penelitian	25
3.2 Prosedur Penelitian.....	26
3.3 Objek Penelitian	27
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1 Sumber Data	27
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Satuan Kajian dan Lokasi Penelitian	29
3.5.1 Satuan Kajian	29
3.5.2 Lokasi Penelitian	29
3.6 Informan Kunci dan Alasan Pemilihan Informan.....	29
3.6.1 Informan Kunci	29
3.6.2 Alasan Pemilihan Informan.....	30
3.7 Definisi Konstruk dan Indikator Penelitian.....	30

3.7.1 Definisi Konstruk	30
3.7.2 Indikator Penelitian	30
3.8 Teknik Analisis Data dan Teknik Interpretasi Data	31
3.8.1 Teknik Analisis Data	31
3.8.2 Teknik Interpretasi Data	32
3.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
4.1 Deskripsi Wilayah	35
4.1.1 Sejarah Hotel Neo.....	35
4.1.2 Visi dan Misi	37
4.1.3 Struktur Organisasi.....	37
4.2 Fasilitas Kamar Hotel Neo by Aston.....	38
4.3 Telaah Informan	39
4.4 Penyajian Hasil Penelitian	41
4.4.1 Pertanyaan Pokok Penelitian	41
4.4.2 Hasil Wawancara.....	42
4.4.3 Hasil Observasi.....	49
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	54
5.1 Analisi Data	54
5.1.1 Produk (<i>Product</i>).....	55
5.1.2 Harga (<i>Price</i>).....	56
5.1.3 Lokasi (<i>Place</i>).....	57
5.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	58
5.2 Interpretasi Data	61
5.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hotel Neo by Aston	61
5.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	67
BAB VI PENUTUP	69
6.1 Kesimpulan.....	69

6.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR BAGAN

1.1 Kerangka Berpikir	10
4.1 Struktur Organisasi Hotel Neo by Aston.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jabatan dan Jumlah Karyawan Hotel Neo	36
Tabel 4.2 Data Informan Penelitian	39
Tabel 5.1 Temuan Berdasarkan Informan	55

DAFTAR GAMBAR

4.1	Gambar Hotel Neo Eltari Kupang.....	35
4.2	Gambar <i>Tangkapan layar pada aplikasi Traveloka</i>	50
4.3	Gambar <i>Tangkapan layar pada aplikasi Traveloka</i>	51
4.4	Gambar <i>Tangkapan Layar pada akun Instagram @ neoeltarikupang</i>	52