

SKRIPSI

**PENERAPAN STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* ADHIWANGSA
HOTEL AND CONVENTION SOLO PADA *EVENT SO KISS ME 2024***

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Program Studi Ilmu Komunikasi
Univesitas Sahid Surakarta**



**TRABERALDI RAFA OTNIEL AH.
2020073001**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA dan SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENERAPAN STRATEGI *INTEGRATED MARKETING*
***COMMUNICATION* ADHIWANGSA HOTEL AND CONVENTION SOLO**
PADA *EVENT SO KISS ME* 2024

Disusun oleh:
TRABERALDI RAFA OTNIEL AH.
NIM: 2020073001

Proposal skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
di hadapan Dewan Penguji
Pada Tanggal : 22 Juli 2025

Pembimbing I



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum.

NIDN. 0628108301

Pembimbing II



Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN. 0617058903

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum.

NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN
PENERAPAN STRATEGI *INTEGRATED MARKETING*
***COMMUNICATION* ADHIWANGSA HOTEL AND CONVENTION SOLO**
PADA EVENT *SO KISS ME* 2024

Disusun oleh:

TRABERALDI RAFA OTNIEL AH.

NIM: 2020073001

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir dan
Ditinjaklanjuti Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta
Pada Hari ~~Senin~~..... Tanggal ~~11 Agustus~~ 2025

Dewan Penguji:

1. Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum. (Mwt)
2. Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom. (Pni)
3. Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom. (Rpr)

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Sosial, Hmaniora dan Seni



Faqih Purnomosidi S.Psi., M.Si.

NIDN. 0602058801

Kepala Program Studi

Ilmu Komunikasi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum.

NIDN. 0628108301

**SURAT PERNYATAAN
ORISINIL KARYA ILMIAH**

saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Traberaldi Rafa Otniel A.H.

NIM : 2020073001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di perguruan tinggi.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang dituliskan atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar Pustaka. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan seandainya di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri plagiat dan bentuk peniruan yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 22 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Traberaldi Rafa Otniel A.H.

NIM. 2020073001

**SURAT PERNYATAAN
ORISINIL KARYA ILMIAH**

saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Traberardi Rafa Otniel A.H.

NIM : 2020073001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di perguruan tinggi.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang dituliskan atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar Pustaka. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan seandainya di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri plagiat dan bentuk peniruan yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 22 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Traberardi Rafa Otniel A.H.

NIM. 2020073001

MOTTO

Untungnya Ku Tak Pilih Menyerah
(Bernadya)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk bisamelanjutkan belajar pada jenjang S-1 pada jurusan Ilmu Komunikasi. Selanjutnya skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Handojo S.E. dan Ibu Yenly Sutji Santoso S.E. selaku orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan selama penulis menempuh jenjang S-1.
2. Giventus Marco Victorio Handojo, S.Kom selaku adik penulis
3. Dosen pembimbing, I, Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum dan dosen pembimbing II, Ibu Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis secara sabar sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Sahabat penulis: Chintya Monikha

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik dan lancar. Penulis menyadari kelancaran penyusunan skripsi ini berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan dosen pembimbing, sehingga kendala yang penulis hadapi dapat teratasi dengan cepat.

Penulis juga menyadari bahwa selama proses penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan berupa kritikan, saran, dorongan, bimbingan, petunjuk, nasihat dan kerjasama dari berbagai pihak, yaitu kepada:

1. Ibu Dr. Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Destina Paningrum, SE., M.M selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
5. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
6. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum selaku Dosen Pembimbing I.
7. Ibu Esfandani Peni Indreswari,S.I.Kom.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II.
8. Ibu Dini Khrisna selaku Kepala Departemen *Sales and Marketing* Adhiwangsa *Hotel and Convention* Solo
9. Bapak Handojo S.E. dan Ibu Yenly Sutji Santoso S.E. selaku orang tua penulis
10. Dan teman – teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2020 & 2021

Penulis berharap semoga laporan yang penulis tulis ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman para pembaca. Penulis juga berharap skripsi ini bermanfaat dan digunakan sebagaimana mestinya bagi pembaca yang membutuhkan.

Surakarta, 22 Juli 2025

Traberaldi Rafa



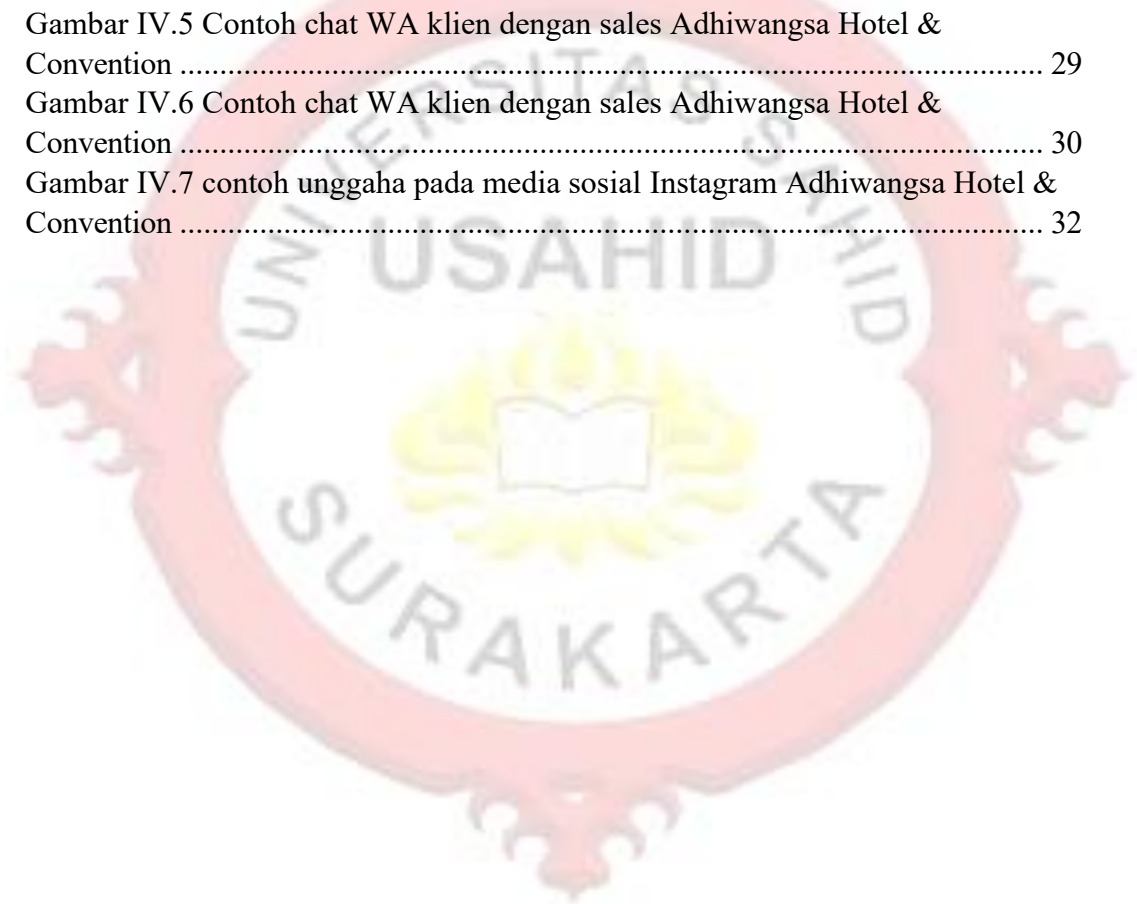
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	2
LEMBAR PENGESAHAN.....	3
SURAT PERNYATAAN ORISINIL KARYA ILMIAH	4
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN PUBLIKASI.....	5
MOTTO	6
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	7
KATA PENGANTAR.....	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR TABEL.....	13
ABSTRAK	14
ABSTRACT.....	15
BAB I.....	1
PENDAHULAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Landasan Teori	6
2.2.1 Komunikasi	6
2.2.3 Strategi Pemasaran	10
2.2.5 Perhotelan.....	14
2.3. Kerangka Berpikir	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Lokasi Penelitian	18
3.3 Sumber Data dan data.....	18
3.3.1 Data Primer	18

3.3.2	Data Sekunder	19
3.4	Teknik Pengumpulan Sampel.....	19
3.5	Teknik Pengumpulan Data	19
3.6	Teknik Triangulasi Data	20
3.7	Teknik Analisis Data	20
BAB IV		22
HASIL DAN PEMBAHASAN		22
4.1	Gambaran Lokasi Penelitian.....	22
4.3	Analisis SWOT	34
2024 pada strategi periklanan.....		34
2024 pada strategi pemasaran langsung		36
2024 pada strategi promosi penjualan		38
2024 pada strategi penjualan personal.....		39
2024 pada strategi hubungan masyarakat.....		41
BAB V PENUTUP		44
5.1	Kesimpulan.....	44
1.	Kekuatan (Strengths):.....	44
2.	Kelemahan (Weaknesses):.....	45
3.	Peluang (Opportunities):.....	45
4.	Ancaman (Threats):.....	45
5.2	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN		49

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Model Analisis Data Miles dan Huberman	21
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Adhiwangsa Hotel & Convention Solo.....	23
Gambar IV.2 Contoh iklan digital pada unggahan facebook	25
Gambar IV.3 Contoh iklan fisik pada flayer	26
Gambar IV.4 Contoh promosi di status WA oleh karyawan Adhiwangsa Hotel & Convention	27
Gambar IV.5 Contoh chat WA klien dengan sales Adhiwangsa Hotel & Convention	29
Gambar IV.6 Contoh chat WA klien dengan sales Adhiwangsa Hotel & Convention	30
Gambar IV.7 contoh unggaha pada media sosial Instagram Adhiwangsa Hotel & Convention	32



DAFTAR TABEL

tabel IV.1 Analisis SWOT Penerapan Strategi IMC Pada Event So Kiss Me 2024 pada strategi periklanan.....	34
tabel IV.2 Analisis SWOT Penerapan Strategi IMC Pada Event So Kiss Me 2024 pada strategi pemasaran langsung.....	36
tabel IV.3 Analisis SWOT Penerapan Strategi IMC Pada Event So Kiss Me 2024 pada strategi promosi penjualan.....	38
tabel IV.4 Analisis SWOT Penerapan Strategi IMC Pada Event So Kiss Me 2024 pada strategi penjualan personal	39
tabel IV.5 Analisis SWOT Penerapan Strategi IMC Pada Event So Kiss Me 2024 pada strategi hubungan masyarakat	41

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi mendorong pelaku bisnis untuk menyesuaikan strategi komunikasi pemasarannya agar tetap relevan dan kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran terpadu (*IMC*) yang diterapkan oleh Adhiwangsa *Hotel and Convention* Solo dalam pelaksanaan *Event "So Kiss Me"*. Strategi komunikasi pemasaran terpadu (*IMC*) merupakan pendekatan pemasaran yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan yang konsisten kepada target konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa Adhiwangsa *Hotel and Convention* Solo memiliki keunggulan pada strategi *IMC* yang digunakan yaitu penjualan personal (*Personal Selling*). Hal ini dibuktikan dengan para karyawan berani menggunakan WhatsApp pribadi untuk promosi kegiatan *So Kiss Me 2024* kepada calon pelanggan, meskipun seharusnya secara formal menggunakan WA atau media sosial lainnya milik hotel.

Kata Kunci : komunikasi pemasaran terpadu, WhatsApp, media sosial, Adhiwangsa *Hotel and Convention* Solo, *So Kiss Me 2024*, penjualan personal.

ABSTRACT

Advances in communication technology are driving businesses to adapt their marketing communication strategies to remain relevant and competitive. This study aims to describe the integrated marketing communications (IMC) strategy implemented by Adhiwangsa Hotel and Convention Solo in its "So Kiss Me" event. Integrated marketing communications (IMC) is a marketing approach that integrates various communication channels to deliver a consistent message to target consumers. The research method used a qualitative case study approach, with data collection techniques including in-depth interviews, observation, and documentation.

The results show that Adhiwangsa Hotel and Convention Solo excels in its IMC strategy, namely personal selling. This is evidenced by the employees' willingness to use their personal WhatsApp messages to promote the So Kiss Me 2024 event to potential customers, even though they should have formally used WhatsApp or other hotel social media platforms.

Keywords: Integrated Marketing Communications (IMC), WhatsApp, Social Media, Adhiwangsa Hotel and Convention Solo, So Kiss Me 2024, Personal Selling.

